

“FORTALECIMIENTO DE UNIGESTH A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS DE BIENESTAR LABORAL QUE MEJORE EL DESEMPEÑO Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE UNA ORGANIZACIÓN”



**DOCENTES INVESTIGADORES:**

- Ing. Arturo José Bravo Jiménez, Mgs.
- Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo. Mgs.
- Lic. Nancy Johana Córdova Tobar, Mgs.
- Ing. Jackson Michael Quevedo Jumbo, Mgs.
- Ab. Pedro Alexis Jaramillo Quezada. Mgs.
- Ing. Joffre Vicente Sarmiento Chase. Mgs.

**ESTUDIANTES INVESTIGADORES:**

Tecnología superior en gestión del talento humano

**PERIÓDICO ACADÉMICO:**

Octubre 2022 – febrero 2023

**DÍA, MES Y AÑO DE ENTREGA:**

10 de febrero de 2023

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Página
<b>PORTADA</b> .....	1
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	2
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	6
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	7
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	7
<b>1.ANTECEDENTES</b> .....	12
<b>2.PROBLEMÁTICA</b> .....	14
<b>3.OBJETIVOS</b> .....	15
3.1.Objetivo general.....	16
3.2.Objetivos específicos.....	16
<b>4. MARCO TEÓRICO</b> .....	17
4.1.¿Qué es la aromaterapia?.....	17
4.1.1.Beneficios.....	17
4.1.2.Importancia.....	18
4.2.Tipos de esencias.....	18
4.2.1.Canela – Antiviral.....	18
4.2.2.Lavanda-Relajante.....	18
4.2.3.Mandarina-Equilibrio.....	19
4.2.4.Vainilla-Serenidad.....	19
4.3.Uso de la aromaterapia en ambientes laborales.....	19
4.4.Empleados felices por el uso de las esencias.....	20
<b>5.INVESTIGACIÓN DE CAMPO</b> .....	22
5.1.Descripción del estudio de mercado.....	22
5.1.1.Objetivo del estudio de mercado.....	22
5.1.2.Segmento objetivo.....	22
5.1.3.Tamaño de la muestra.....	22
5.1.4.Fórmula de la muestra.....	22
5.1.5.Identificación del producto.....	23
5.1.6.Características del producto.....	23
5.1.7.Uso del producto.....	24
5.2.Metodología de investigación de campo.....	24

5.2.1. Definición de las variables .....	25
5.2.2. Encuesta .....	25
5.3 Tabulación de resultados estudio de mercado.....	26
5.3.1. Edad.....	26
5.3.2. Nivel de Ocupación.....	26
5.3.3. Conocimiento sobre propiedades relajantes de un aceite natural .....	27
5.3.4. ¿Le gustaría utilizar la aromaterapia como una alternativa para mejorar su estado emocional?.....	28
5.3.5. ¿Qué tipo de aceite estaría dispuesto a probar para su salud? .....	29
5.3.6. ¿Con qué frecuencia utiliza aceites esenciales?.....	29
5.3.7. ¿Qué aspecto considera usted al momento de comprar un aceite esencial con fines de salud?.....	30
Análisis e Interpretación .....	31
5.3.8. ¿Qué tipo de envase usted consideraría ideal para la presentación y conservación de un aceite esencial?.....	31
5.3.9. ¿Le gustaría que los aceites esenciales sean comercializados con beneficios de bienestar emocional y salud?.....	32
5.3.10. ¿Qué le gustaría que incluya un pack de aceites esenciales?.....	33
5.3.11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de 4 variedades de aceites esenciales? .....	34
Análisis e Interpretación .....	35
5.3.12. ¿Qué tipo de distribución es la óptima para comercializar un aceite esencial con beneficios de salud?.....	35
5.3.13. ¿En qué punto de venta le gustaría adquirir un pack de aceites esenciales para beneficio de la salud humana?.....	36
5.3.14. ¿A través de qué red social preferiría conocer las propiedades para mejorar la salud con una variedad de aceites esenciales? .....	37
Análisis e interpretación.....	38
5.3.15. Análisis de demanda .....	38
5.4. Demanda actual.....	38
5.4.1. Análisis de la oferta.....	39
5.4.2. Proyección de la oferta.....	39
5.4.3. Análisis de precios .....	39
5.4.4. Análisis de comercialización .....	40

5.5.Estrategias de promoción y publicidad .....	40
5.6.Estudio técnico .....	41
5.7.Micro localización.....	41
5.8.Macro localización .....	41
<b>6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE ACCIÓN .....</b>	<b>42</b>
6.1.Filosofía de la marca .....	43
6.2.¿Qué es un plan de acción? .....	43
6.3.Actividad N°1 .....	50
6.4.Actividad N°2 .....	51
6.5.Actividad N°3 .....	53
6.6.Actividad N°4 .....	54
6.7.Actividad N°5 .....	56
6.8.Actividad N°6 .....	57
6.10.Encuesta de satisfacción (KAWSU) .....	83
6.10.1.¿Considera usted que el producto KAWSU como nueva alternativa de aromaterapia contribuye a mejorar el rendimiento laboral de las personas? .....	83
6.10.2.¿De los siguientes beneficios del producto, por cuál usted optaría para mejorar su estado de salud emocional?.....	84
6.10.3.¿Cuál fue el aroma de su preferencia del producto? .....	85
6.10.4.¿Qué le motivó adquirir el producto? .....	86
6.10.5.¿En comparación con otros productos que están disponibles en el mercado, ¿Dirías que KAWSU es?.....	87
6.10.6.¿Considera usted que el precio estuvo acorde con el producto y con los beneficios que trae consigo?.....	88
6.10.7.Recomendaría nuestro producto a la ciudadanía.....	89
6.10.8.¿Por qué red social te enteraste del producto? .....	90
6.10.9.Del 1 al 5. Califique la calidad de nuestro producto .....	91
6.11.Propuesta de acción – herramientas interactivas .....	91
6.11.1.Herramientas interactivas:.....	62
6.12.Importancia de Herramientas Interactivas .....	68
6.13.Beneficios de Herramientas Interactivas.....	70
6.14.Plataformas virtuales .....	71
6.14.1.Importancia.....	72

6.15. Beneficios.....	73
6.16. Plataformas de uso de Talento Humano .....	75
6.16.1. Plataforma SITES: .....	75
6.17. Plataforma – Proyecto Integrador .....	80
<b>7. PRESUPUESTO .....</b>	<b>93</b>
7.1. Kawsu - ingresos .....	93
7.2. Kawsu - cálculo del precio de venta al público (pvp).....	93
7.3. Resultados esperados .....	94
<b>8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....</b>	<b>95</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>106</b>
<b>10. CONCLUSIONES.....</b>	<b>108</b>
<b>11. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>109</b>
<b>12. ANEXOS.....</b>	<b>110</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

	Página
<b>Tabla 1.</b> Principales fortalezas y debilidades del producto KAWSU. ....	12
<b>Tabla 2.</b> Segmento objetivo.....	22
<b>Tabla 3.</b> Edad .....	26
<b>Tabla 4.</b> Nivel de ocupación.....	26
<b>Tabla 5.</b> Conocimiento sobre propiedades relajantes.....	27
<b>Tabla 6.</b> Utilización como alternativa para mejorar estado emocional.....	28
<b>Tabla 7.</b> Tipo de aceites. ....	29
<b>Tabla 8.</b> Frecuencia utilización de aceites esenciales. ....	29
<b>Tabla 9.</b> Aspectos para adquirir aceites esenciales. ....	30
<b>Tabla 10.</b> Tipo de envase para presentación aceites. ....	31
<b>Tabla 11.</b> Gusto por comercialización aceites con beneficios para la salud. ....	32
<b>Tabla 11.</b> Artículo a incluir en pack aceites esenciales.....	33
<b>Tabla 12.</b> Precio dispuesto a pagar por variedad de aceites esenciales.....	34
<b>Tabla 14.</b> Tipo de distribución para comercializar el producto. ....	35
<b>Tabla 15.</b> Punto de venta para adquisición de aceites esenciales.....	36
<b>Tabla 16.</b> Preferencia de red social. ....	37
<b>Tabla 17.</b> Influencia en el rendimiento laboral .....	83
<b>Tabla 18.</b> Beneficios del producto. ....	84
<b>Tabla 20.</b> El aroma de su preferencia.....	85
<b>Tabla 22.</b> Motivo por el cual adquirió el producto “KAWSU”. ....	86
<b>Tabla 21.</b> Nivel de calidad del producto “KAWSU”. ....	87
<b>Tabla 25.</b> Precio del producto .....	88
<b>Tabla 26.</b> Recomendaría nuestro producto.....	89
<b>Tabla 27.</b> Medio para el conocimiento del producto.....	90
<b>Tabla 28.</b> Calidad de nuestro producto .....	91
<b>Tabla 17.</b> Presupuesto de Ingresos. ....	93
<b>Tabla 18.</b> Determinación de P.V.P KAWSU. ....	93

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
<b>Figura 1.</b> Técnica de relajación.....	19
<b>Figura 2.</b> Técnica de tranquilidad.....	20
<b>Figura 3.</b> Satisfacción del colaborador.....	21
<b>Figura 4.</b> Edad de la población.....	22
<b>Figura 5.</b> Nivel de ocupación de la población.....	27
<b>Figura 6.</b> Conocimiento propiedades relajantes de un aceite.....	27
<b>Figura 7.</b> Gráfico utilización como aromaterapia.....	28
<b>Figura 8.</b> Tipos de aceite aromatizantes.....	29
<b>Figura 9.</b> Frecuencia utilización aceites esenciales.....	30
<b>Figura 10.</b> Aspectos al momento de adquirir aceites esenciales.....	31
<b>Figura 11.</b> Tipos de envase para aceites esenciales.....	32
<b>Figura 18.</b> Gusto por los aceites esenciales.....	33
<b>Figura 13.</b> Gráfico artículo a incluir en pack de aceites.....	34
<b>Figura 14.</b> Valor dispuesto a pagar por aceites esenciales.....	35
<b>Figura 21.</b> Distribución para comercializar los aceites esenciales.....	35
<b>Figura 16.</b> Puntos de venta para adquisición de aceites.....	37
<b>Figura 23.</b> Preferencia de red social para conocer el producto.....	38
<b>Figura 18.</b> Aceite de lavanda.....	50
<b>Figura 19.</b> Aceite de mandarina.....	51
<b>Figura 20.</b> Aceite de vainilla.....	53
<b>Figura 21.</b> Aceite de mandarina.....	54
<b>Figura 22.</b> Aceite de lavanda.....	56
<b>Figura 23.</b> Aceite de vainilla.....	57
<b>Figura 24.</b> Aceite de vainilla.....	83
<b>Figura 25.</b> Beneficios del Producto.....	84
<b>Figura 26.</b> El aroma de su preferencia.....	85
<b>Figura 27.</b> Motivo por el cual adquirió el producto “KAWSU”.....	86
<b>Figura 28.</b> Nivel de Calidad del producto “KAWSU”.....	87
<b>Figura 29.</b> Precio del producto.....	88
<b>Figura 30.</b> Recomendaría nuestro producto.....	89
<b>Figura 31.</b> Medio para el conocimiento del producto.....	90

<b>Figura 32.</b> Calidad de nuestro producto.....	91
<b>Figura 24.</b> Funciones de las herramientas interactivas. ....	62
<b>Figura 25.</b> Popplet.....	63
<b>Figura 26.</b> Padlet. ....	64
<b>Figura 27.</b> Nulab. ....	65
<b>Figura 28.</b> Prezi.....	65
<b>Figura 29.</b> Mural. ....	66
<b>Figura 30.</b> Canva.....	66
<b>Figura 31.</b> Google. ....	67
<b>Figura 32.</b> Sites. ....	67
<b>Figura 33.</b> Importancia de las herramientas interactivas. ....	69
<b>Figura 34.</b> Importancia de las herramientas interactivas. ....	69
<b>Figura 35.</b> Beneficios de herramientas interactivas. ....	71
<b>Figura 36.</b> Plataformas virtuales. ....	72
<b>Figura 37.</b> Importancia de las plataformas virtuales.....	73
<b>Figura 38.</b> Beneficios de plataformas virtuales.....	74
<b>Figura 39.</b> Vista de la plataforma Sites.....	75
<b>Figura 40.</b> Características de las herramientas interactivas. ....	76
<b>Figura 41.</b> Componentes de google sites. ....	80
<b>Figura 42.</b> Vista uno de la plataforma del proyecto integrador. ....	80
<b>Figura 43.</b> Vista dos de la plataforma del proyecto integrador.....	81
<b>Figura 44.</b> Vista tres de la plataforma del proyecto integrador.....	81
<b>Figura 45.</b> Vista cuatro de la plataforma del proyecto integrador. ....	82



## ÍNDICE DE ANEXOS

Página

<b>Anexo 1.</b> Formato de técnica de investigación aplicada.....	110
<b>Anexo 2.</b> Acta de cierre de proyecto integrador. ....	113
<b>Anexo 3.</b> Matriz de seguimiento proyecto integrador. ....	114
<b>Anexo 4.</b> Matriz resumen evaluativa. ....	115
<b>Anexo 5.</b> Informe Final Económico. ....	116
<b>Anexo 6.</b> Detalle informe económico. ....	117
<b>Anexo 7.</b> Venta de productos.....	117
<b>Anexo 8.</b> Egresos y gastos. ....	117
<b>Anexo 9.</b> Cuentas por cobrar. ....	117
<b>Anexo 10.</b> Resumen de utilidad neta. ....	118
<b>Anexo 11.</b> Utilidad a estudiantes. ....	118
<b>Anexo 12.</b> Utilidad a estudiantes. ....	118
<b>Anexo 13.</b> Total de devuelto/ transferencias y efectivo por estudiante. ....	119
<b>Anexo 14.</b> Registro del Capital inicial semestre octubre 2022 – febrero 2023. .	119
<b>Anexo 15.</b> Control de inventarios-proyecto integrador producto “kawsu”. ....	120
<b>Anexo 16.</b> Registro de costos y gastos KAWSU.....	123
<b>Anexo 17.</b> Listado de estudiantes (cuentas por cobrar) del proyecto integrador KAWSU.....	125
<b>Anexo 18.</b> Listado de estudiantes que han cancelado el proyecto integrador. ...	125
<b>Anexo 19.</b> Acta de devolución de estudiantes. ....	128
<b>Anexo 20.</b> Acta de devolución de estudiantes. ....	129
<b>Anexo 21.</b> Acta de devolución de estudiantes. ....	130
<b>Anexo 22.</b> Acta de devolución de estudiantes. ....	131
<b>Anexo 23.</b> Acta de devolución de estudiantes. ....	133
<b>Anexo 24.</b> Acta de cesión de derechos de proyecto de investigación. ....	135
<b>Anexo 25.</b> Evidencias estadísticas de redes sociales en cuanto a la promoción y aceptación.....	137
<b>Anexo 26.</b> Elaboración del producto .....	138
<b>Anexo 27.</b> Procesamiento del producto. ....	138
<b>Anexo 28.</b> Etiquetado y empaque del producto. ....	139

<b>Anexo 29.</b> Etiquetado y empaque del producto segunda etapa. ....	139
<b>Anexo 30.</b> Presentación del producto terminado para su comercialización. ....	140
<b>Anexo 31.</b> Producto Kawsu. ....	140
<b>Anexo 32.</b> Empaque del producto Kawsu. ....	141
<b>Anexo 33.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 1.....	141
<b>Anexo 34.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 2.....	142
<b>Anexo 35.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 3.....	142
<b>Anexo 36.</b> Comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 5.....	143
<b>Anexo 37.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 6.....	143
<b>Anexo 38.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 7.....	144
<b>Anexo 39.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 8.....	144
<b>Anexo 40.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 9.....	145
<b>Anexo 41.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 10.....	145
<b>Anexo 42.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 11.....	146
<b>Anexo 43.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 12.....	146
<b>Anexo 44.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 13.....	147
<b>Anexo 45.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 14.....	147
<b>Anexo 46.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 15.....	148
<b>Anexo 47.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 16.....	148

<b>Anexo 48.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 17.....	149
<b>Anexo 49.</b> Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 18.....	149
<b>Anexo 50.</b> Comprobantes de depósito de cancelación de capital y utilidades #1. .....	150
<b>Anexo 51.</b> Comprobantes de depósito de cancelación de capital y utilidades #2. .....	150
<b>Anexo 52.</b> Comprobantes de depósito de cancelación de capital y utilidades #3. .....	151
<b>Anexo 53.</b> Comprobantes de depósito de cancelación de capital y utilidades #4. .....	151



## 1. ANTECEDENTES

**Tabla 1.**

*Principales fortalezas y debilidades del producto KAWSU.*

ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
Positivo	Fortalezas	Oportunidades	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es un producto nuevo en el mercado.</li> <li>• Producto para entrega inmediata en la Zona 7.</li> <li>• Alto valor de aroma para una relajación adecuada.</li> <li>• Un producto que se ha renovado de acuerdo con el mercado avanzado.</li> <li>• Cuenta con el respaldo de la empresa SAE.</li> <li>• Son de fácil aplicación.</li> <li>• Mejora el estrés, físico, mental y emocional.</li> <li>• Técnica de aromaterapia natural.</li> <li>• Agregar en el uso diario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede posicionar en el mercado y generar ganancias o réditos.</li> <li>• Producto de alto consumo y aceptación de la ciudadanía.</li> <li>• Ofrecer una alternativa de relajación frente a otros productos.</li> <li>• La globalización y el cambio en el uso de la tecnología.</li> <li>• El producto Kawsu es tendencia en el mercado.</li> <li>• Fidelidad de los clientes para facilitar la participación en el mercado.</li> </ul>	
Negativo	Debilidades	Amenazas	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solo de uso personal y no de forma general o entorno</li> <li>• Un solo lugar de fabricación.</li> <li>• Nuestros precios y costos dependen de las cotizaciones.</li> <li>• Poca supervisión en la venta del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El producto estuvo con un precio elevado.</li> <li>• Competencia ya establecida en el mercado.</li> <li>• No exista constancia para la producción del producto.</li> <li>• Poco conocimiento del producto en el mercado.</li> </ul>	

*Nota.* Estudiantes Quinto Ciclo GTH Nocturno, 2023.

La empresa SAE nace de la necesidad de crear un espacio para la aplicación de los conocimientos requeridos en la formación profesional de los estudiantes de alta tecnología en gestión del talento de alta tecnología, de manera que se establezca una plataforma emprendedora que les permiten realizar investigaciones y acciones,

donde realmente pueden practicar su práctica profesional después de la obtención de un título.

En los últimos años, SAE ha diseñado una variedad de productos, como: K-TARY, KAIROS, QUIYAKBOX y nuestro actual y mejorado el producto KAWSU en el mercado comercial de Loja y sus alrededores, El diseño innovador y la calidad de los productos para evaluar, analizar y determinar la estrategia competitiva en el mercado, SAE ha aplicado una matriz de partida que nos permite realizar un análisis interno denominado FODA, detectando las siguientes fuerzas motrices y limitantes de nuestros productos.

Sistematizar la información obtenida en la matriz para la determinación del análisis FODA. Se puede apreciar que existen algunas ventajas importantes a considerar, como el alto valor de aroma de las esencias para desarrollar un producto de calidad y su aporte en la reducción del estrés emocional, físico y mental de los consumidores.

Entre estas **oportunidades** vemos que es un producto nuevo en el mercado con un alto valor de aroma para la relajación adecuada, producto que se ha renovado de acuerdo al mercado avanzado y es una técnica de aromaterapia natural que permite al consumidor reducir el estrés emocional, físico y mental.

En cambio, las **debilidades** se centran en solo lugar de fabricación ya que es solo de uso personal y no de forma general o del entorno para aromatizar el ambiente lo cual nuestros precios y costos dependen específicamente de las cotizaciones y la poca supervisión en la venta del producto.

Es por ello que la empresa SAE en el ciclo académico octubre 2022 – febrero 2023 tiene el propósito de contribuir a la productividad de los colaboradores. Unas esencias relajantes saludables hacen que aumente nuestra vitalidad, mejora la atención y nos ayuda a prevenir enfermedades crónicas. En este sentido, mediante la alta demanda del producto anterior se presenta KAWSU con una nueva presentación y empaque que cumple con las expectativas de los clientes.

A través de KAWSU se busca proporcionar nuevas experiencias de esencias relajantes ya que contribuyen con la reducción del estrés laboral de esa manera facilitando un mejor desarrollo profesional por parte de los colaboradores ya que tendrán las esencias en su lugar de trabajo de esa manera aumentara la productividad, la eficacia y la eficiencia del personal.

## 2. PROBLEMÁTICA

El surgimiento de nuevas tecnologías en los puestos de trabajo, a raíz de la introducción de la informática, ha producido una serie de cambios en las organizaciones que tradicionalmente se venían ejerciendo sin su ayuda, que se refieren a la automatización de aquellos trabajos rutinarios y más bien mecánicos que los colaboradores solían desempeñar con cierta habilidad y en ocasiones se constituía en un especialista. Ahora muchos departamentos han transformado su sistema de trabajo como consecuencia de las nuevas tendencias laborales ha generado que los directivos actualicen e implementen procesos que de una u otra manera generan inconvenientes y malestar en el desarrollo de funciones por parte de cada colaborador. (Jiménez, 2011)

Cuando un colaborador es sometido a extensas jornadas laborales, si bien cumple con su trabajo, puede ocurrir que disminuyan sus capacidades de respuesta debido a la fatiga que se produce en las glándulas del estrés. Durante esta fase, suele ocurrir un equilibrio dinámico u homeostasis entre el medio ambiente interno y externo del colaborador.

Luego de haber cursado una pandemia, la cual provocó un sedentarismo laboral, es importante mencionar que en el colaborador ha existido una disminución progresiva del organismo frente a una situación de estrés prolongado que lo ha conducido a un estado de gran deterioro, con pérdida importante de las capacidades fisiológicas; y con ello sobreviene la fase de agotamiento, en la cual, el colaborador se suele sucumbir ante las altas demandas de trabajo, pues se reducen al mínimo. Por tal motivo los expertos aseguran que la aromaterapia es una de las técnicas con mayor repercusión útil para cambiar el estado de ánimo y la actitud de los colaboradores en la empresa, función que se desarrolla en uno de los sentidos más primitivos que posee el ser humano, siendo el olfato capaz de conectarnos con nuestras emociones más profundas.

Es por ello, que frente a esta problemática actual que viven los colaboradores en las instituciones, se presenta una opción innovadora como lo es la AROMATERIA, una nueva alternativa de salud emocional que los directivos pueden implementar en sus procesos internos para velar y salvaguardar la salud física y mental de cada uno de sus empleados.

### 3. TEMA

“FORTALECIMIENTO DE UNIGESTH A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS DE BIENESTAR LABORAL QUE MEJORE EL DESEMPEÑO Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE UNA ORGANIZACIÓN”.



TALENTO HUMANO

#SoydelSuda

## 4. OBJETIVOS

### 4.1. Objetivo general

- Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir bienes y servicios innovadores y de calidad a partir de la formación humana y académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos para dar solución a los problemas laborales de su profesión.

### 4.2. Objetivos específicos

- Determinar el nicho de mercado para KAWSU #EquilibrioLaboral a través de un estudio de mercado que nos permita identificar el target para la oferta de aceites esenciales que promuevan el equilibrio físico y mental a través de la aromaterapia de los colaboradores de una organización en el año 2023.
- Capacitar a los estudiantes involucrados en la ejecución del proyecto a través de talleres de bienestar emocional para promover el uso de aceites esenciales como una alternativa de bienestar laboral y así generar técnicas que contribuyan a la productividad.
- Proponer una nueva alternativa de salud emocional en entornos laborales a través de la aromaterapia como técnica natural para el equilibrio físico y emocional de los colaboradores de una organización.
- Diseñar un kit de aromaterapia laboral conformado de aceites esenciales con beneficios físicos, mentales y emocionales que contribuya a mejorar el bienestar y rendimiento laboral de los colaboradores de una organización.
- Elaborar un plan de comercialización digital a través de nuevas plataformas digitales para marketing mix que contribuyan a posicionar a KAWSU #EquilibrioLaboral como una alternativa de bienestar emocional natural dentro de los entornos laborales.
- Socializar los resultados obtenidos del producto KAWSU, equilibrio laboral enfocado al bienestar laboral a través de nuevas alternativas naturales que promueven el bienestar y productividad de los colaboradores de una organización.



## 5. MARCO TEÓRICO

### 5.1. ¿Qué es la aromaterapia?

En el año 1928 el químico francés René-Maurice Gattefosé utilizó el término aromaterapia por primera vez. Debido a un pequeño problema que tuvo en su laboratorio, se dio cuenta de las propiedades del aceite esencial de lavanda y decidió investigar las cualidades del resto de aceites, denominando al uso de los mismos aromaterapia. Sin embargo, surgió hace mucho más tiempo. A lo largo de los siglos muchos países y culturas, tales como la egipcia, sumeria, árabe, griega, romana y la de los babilonios, entre otras, han empleado hierbas y sus extractos con fines curativos.

La aromaterapia es un tratamiento que utiliza aceites esenciales de las plantas con fines medicinales. Dichos aceites constituyen la esencia de la planta. Son el resultado de una serie de reacciones químicas que, además, producen su característico aroma. Los aceites esenciales de las plantas se utilizan de manera terapéutica a través de la inhalación o aplicándolos directamente sobre la piel, dependiendo de la dolencia a tratar. (CúdatePlus, 2015)

#### 5.1.1. Beneficios

La aromaterapia ayuda a aliviar:

- Dolores y molestias corporales.
- Ansiedad, agitación, estrés y depresión.
- Dolores musculares.
- Fatiga e insomnio.
- Dolores de cabeza.
- Nauseas.
- Problemas digestivos.
- Reducción del estrés.
- Se trata de un potente estimulante e incluso afrodisiaco.
- Ayuda a evitar el envejecimiento de las células, debido a las propiedades antioxidantes de las plantas.

### 5.1.2. *Importancia*

El uso de esencias o aceites esenciales para la salud y la sanación puede ser seguro para mejorar el bienestar y como parte de un estilo de vida saludable. De hecho, el uso de aceites esenciales de plantas para mejorar la mente, el cuerpo y el espíritu puede ser complementario.

Las aplicaciones de la aromaterapia incluyen los masajes, la aplicación tópica y la inhalación. Sin embargo, los usuarios deberían saber que los productos "naturales" también son sustancias químicas y pueden ser peligrosas si se utilizan de manera equivocada. Es importante seguir las recomendaciones de un profesional capacitado a la hora utilizar aceites esenciales.

A menudo, los pacientes con cáncer los utilizan para mejorar la calidad de vida y reducir el estrés, la ansiedad, el dolor, las náuseas y los vómitos causados por el tratamiento. Los aceites esenciales se pueden utilizar junto con otros tratamientos complementarios, como los masajes terapéuticos y la acupuntura, además de con los tratamientos médicos habituales para el control de los síntomas. (Health, 2019)

## 5.2. **Tipos de esencias**

Los aceites esenciales tienen propiedades muy beneficiosas para nuestra salud, por lo que son un gran aliado para hacer de nuestra vida mejor. ¿Quieres conocer sus usos y beneficios? Te los contamos:

### 5.2.1. *Canela – Antiviral.*

Esencias como la **CANELA** es un aceite limpio y refrescante. Alivia los estragos de los virus y reconforta el sistema inmunológico.

### 5.2.2. *Lavanda-Relajante.*

Esencias como la **LAVANDA** conocida por sus propiedades calmantes a menudo ayuda a calmar y equilibrar además se utiliza para relajar los sentidos antes de acostarse.

### 5.2.3. *Mandarina-Equilibrio*

El Aceite Esencial de **MANDARINA** frutal y cítrico, funde sentimientos de armonía, tranquilidad y paz, favorece la relajación y alegría. Debido a su dulce y fresco aroma, es uno de los aceites esenciales más utilizados en aromaterapia.

### 5.2.4. *Vainilla-Serenidad*

El aceite de la **VAINILLA**, dulce provoca serenidad efectos calmantes y relajantes para nuestra actividad diaria y para fortalecer el cerebro.

## 5.3. **Uso de la aromaterapia en ambientes laborales**

La aplicación tópica es muy práctica y objetiva solo se necesita dispersar suavemente sobre la piel unas gotas de aceite para que este ingrese al torrente sanguíneo por la vía capilar. El efecto será músculos relajados logrando fácilmente que la persona se sienta aliviada y más tranquila, para continuar con su rutina de vida de la mejor manera y así lograr un ambiente en el trabajo agradable y fresco mejorando tu estado de ánimo y el de tus compañeros.

### **Figura 1.**

*Técnica de relajación.*



*Nota. Adaptado de La meditación en base al uso de la técnica de la aromaterapia, Díaz, 2023.*

La aplicación tópica de los aceites aromáticos puede tener efectos antibacterianos, antiinflamatorios y analgésicos. Por ello se afirma que es útil para una amplia gama de síntomas y afecciones. De forma general, podemos ver que la aromaterapia puede ofrecer muchos beneficios para la salud y el bienestar, y si se aplica correctamente tiene un perfil de toxicidad relativamente bajo cuando se administra por inhalación o aplicación tópica diluida. Todo esto la convierte en una herramienta terapéutica complementaria ideal.

#### 5.4. Empleados felices por el uso de las esencias

##### Figura 2.

*Técnica de tranquilidad.*



*Nota.* Adaptado de *La relajación en base al uso de la técnica de la aromaterapia en el entorno laboral*, Benito ,2015.

Si deseas que la gente que trabaja contigo se quede en tu empresa, deberías desear también que se queden felices y motivados. ¿Por qué? Porque la gente motivada trabaja mejor y es más productiva. Las esencias nos ayudan a estimular la concentración y renueva las energías. Nos brinda claridad mental cuando nos sentimos confundidos. Sobre todo, cuando tenemos tantas cosas por hacer, “que no sabemos por dónde empezar”. Un momento de relajación nos quedaría perfectas para sentir un poco de paz y tranquilidad. (Maldonado)

**Figura 3.**

Satisfacción del colaborador.



*Nota. Adaptado de La satisfacción del producto de las esencias en base al uso de la aromaterapia usada en el entorno laboral, Riaño 2018.*

TALENTO HUMANO

#SoydelSuda

## 6. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

### 6.1. Descripción del estudio de mercado

#### 6.1.1. *Objetivo del estudio de mercado*

Determinar la cantidad de demanda de un producto natural a base de aceites aromatizantes con el fin de ofertar en las diferentes parroquias de la ciudad de Loja estén dispuestos a adquirir el producto natural innovador.

#### 6.1.2. *Segmento objetivo*

Los datos a utilizar para la investigación de mercado son aproximados:

**Tabla 2.**

*Segmento objetivo.*

SEGMENTO	CANTIDAD (PERSONAS)
Personas de la ciudad de Loja (Parroquias de la ciudad de Loja)	384
<b>Total</b>	<b>384</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

#### 6.1.3. *Tamaño de la muestra*

Para la realización de la muestra de la población total (N) 249658 que constituyen al dato general de la población de Loja del último Censo del INEC. Para la realización de encuestas el nivel de confianza (Z) es del 95% (1.96), el error maestro (E) 5% es el error matemático de extraer elementos de la población y mediante la prueba piloto que se realizó se obtuvo los valores de probabilidad de éxito (P) 50% la cual indica si la investigación se puede realizar y la probabilidad de fracaso (Q) 50%, que es el porcentaje de que alguna parte o toda la investigación no se pueda realizar.

#### 6.1.4. *Fórmula de la muestra*

**Datos:**

n = Tamaño de la muestra

N = Población (Loja) = 249658

Z = Nivel de confianza (95%) = 1,96

P = Probabilidad de éxito 50% = 0,50

Q = Probabilidad de fracaso 50% = 0,50

E = Margen de error (5%) = 0,05

$$n = \frac{N * z^2 * P * Q}{[(N - 1) * E^2] + (z^2 * P * Q)}$$

$$n = \frac{249658 * (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{[(249658 - 1) * (0,05)^2] + ((1,96)^2 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{249658 * 3,8416 * 0,50 * 0,50}{[248657 * 0,0025] + (3,8416 * 0,50 * 0,50)}$$

$$n = \frac{239771,5432}{621,6425 + 0,9604}$$

$$n = \frac{239771,5432}{622,6029}$$

$$n = 384$$

### 6.1.5. Identificación del producto

Ofrecer a los diferentes tipos de clientes de la ciudad de Loja, té artesanal **KAWSU** es un producto natural a base de aceites aromatizantes que contribuyen al bienestar emocional.

Es un producto maquilado, la adquisición de materia prima para la estructuración del producto a comercializar, la producción será a través de la estructuración de diferentes fragancias de aceites y la comercialización será establecer sistemas de distribución y ventas para dar cumplimiento a las proyecciones establecidas.

### 6.1.6. Características del producto

Es un producto aromatizante, estará compuesto por:

- Aceite de Lavanda
- Aceite de Mandarina
- Aceite de Vainilla
- Aceite de Canela

- Envase de vidrio de Rolón
- Etiqueta
- Caja decorativa

### **6.1.7. *Uso del producto***

Este producto resulta ideal para incorporarlo en nuestros lugares de trabajo, tanto para empresas públicas, privadas, mixtas. Gracias a sus múltiples propiedades sobre el aceite de lavanda (calma los nervios, ansiedad y estrés, conciliar el sueño), el aceite de mandarina (funde sentimientos de armonía, tranquilidad y paz aclara las ideas), el aceite de vainilla (el dulce provoca tranquilidad, efectos calmantes y relajantes en nuestras actividades diarias) y el aceite de canela (limpio y refrescante, alivia los estragos de los virus y reconforta el sistema inmunológico).

Está demostrado que el uso de los aceites esenciales, influyen positivamente en nuestro bienestar físico y emocional. La aromaterapia es capaz de fortalecer y activar los poderes de autocuración del cuerpo, proporcionando equilibrio y armonía a nuestra mente.

Además, los aceites esenciales 100% puros, son el ingrediente clave en la cosmética eco-natural. Son la base para crear productos naturales, sin tóxicos ni perfumes sintéticos, ricos en principios activos que cuidan y resaltan nuestra belleza natural al mismo tiempo que respetan el planeta.

El uso de aceites esenciales para la salud y la sanación holística puede ser seguro para mejorar el bienestar y como parte de un estilo de vida saludable. De hecho, el uso de aceites esenciales de plantas para mejorar la mente, el cuerpo y el espíritu puede ser complementario de la atención sanitaria.

A menudo, los pacientes con cáncer los utilizan para mejorar la calidad de vida y reducir el estrés, la ansiedad, el dolor, las náuseas y los vómitos causados por el tratamiento. Los aceites esenciales se pueden utilizar junto con otros tratamientos complementarios, como los masajes terapéuticos y la acupuntura, además de con los tratamientos médicos habituales para el control de los síntomas.

## **6.2. Metodología de investigación de campo**

Para la investigación de campo se utilizará la encuesta para determinar la factibilidad de la producción y comercialización del producto de variedad de



aceites naturales aromatizantes a bajo costo, con valor agregado y con estándares de calidad y presentación para la adquisición de las personas de la ciudad de Loja y de las diferentes ciudades del país.

### 6.2.1. *Definición de las variables*

- Edad
- Nivel de ocupación
- Beneficios
- Preferencia
- Nivel de satisfacción
- Grado de aceptabilidad
- Nivel de confianza



### 6.3. Análisis de resultados del estudio de mercado.

#### TABULACIÓN DE RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADO PARA EL PRODUCTO “KAWSU”

##### 6.3.1. Edad

Tabla 3.

Edad

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 25 años	16	4%
26 - 36 años	80	21%
37 - 47 años	132	34%
Más de 48 años	156	41%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Nota. Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

##### Análisis e Interpretación

Basándose en el procedimiento del estudio de mercado, con una muestra de 384 personas comprendidas entre las edades de más de 48 años es el 41%, el 34% corresponden entre 37-47 años.

##### 6.3.2. Nivel de Ocupación

Tabla 4.

Nivel de ocupación.

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado Público	112	29%
Empleado Privado	138	36%
Estudiante	27	7%
Ama de casa	95	25%
Jubilado	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Nota. Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

#### Figura 4.

*Nivel de ocupación de la población.*

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

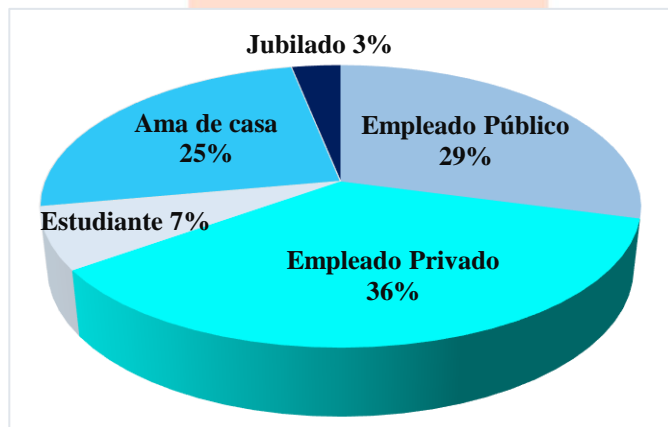
#### *Análisis e Interpretación*

Dentro de la población encuestada, se evidencia que el 36% son empleados privados, el 29% son empleados públicos, por lo que 35% comprenden su nivel de ocupación entre estudiantes, amas de casa y jubilados.

#### 6.3.3. *Conocimiento sobre propiedades relajantes de un aceite natural*

**Tabla 5.**

*Conocimiento sobre propiedades relajantes*

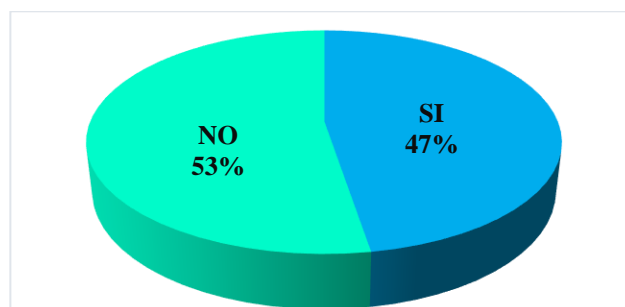


VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	182	47%
NO	202	53%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

#### Figura 5.

*Conocimiento propiedades relajantes de un aceite.*



*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### ***Análisis e Interpretación***

Analizando los resultados del estudio de mercado de las encuestas realizadas en la ciudad de Loja, el 47% indicaron que, si han escuchado sobre las propiedades relajantes de un aceite natural, con un porcentaje del 53% no conoce sobre las propiedades, ya que no han comprado ningún aceite.

#### **6.3.4. ¿Le gustaría utilizar la aromaterapia como una alternativa para mejorar su estado emocional?**

**Tabla 6.**

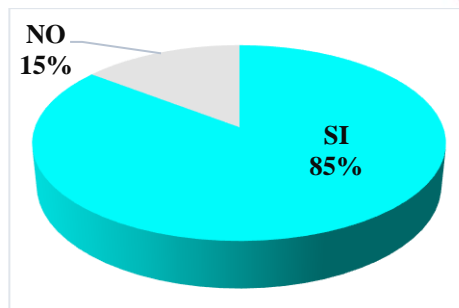
*Utilización como alternativa para mejorar estado emocional*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	328	85%
NO	56	15%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 6.**

*Gráfico utilización como aromaterapia.*



*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### ***Análisis e Interpretación***

En el estudio efectuado por los investigadores, se evidenció que el 85% le gustaría utilizar la aromaterapia como alternativa para mejorar el estado emocional de las personas, por lo que el 15% no le llamaría la atención utilizar aceites naturales como aromaterapia, ya que no consideran beneficioso.

### 6.3.5. ¿Qué tipo de aceite estaría dispuesto a probar para su salud?

**Tabla 7.**

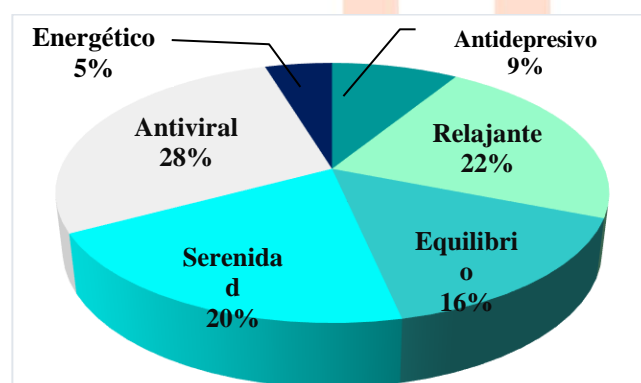
*Tipo de aceites.*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Antidepresivo	34	9%
Relajante	85	22%
Equilibrio	60	16%
Serenidad	79	21%
Antiviral	108	28%
Energético	18	4%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 7.**

*Tipos de aceite aromatizantes.*



*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### **Análisis e Interpretación**

Las personas encuestadas manifestaron que el tipo de aceite que preferirían utilizar sería el 28% como antiviral, el 22% como relajante, el 20% para la serenidad, el 16% para el equilibrio, por lo que el 14% prefiere como energético y antidepresivo.

### 6.3.6. ¿Con qué frecuencia utiliza aceites esenciales?

**Tabla 8.**

*Frecuencia utilización de aceites esenciales.*

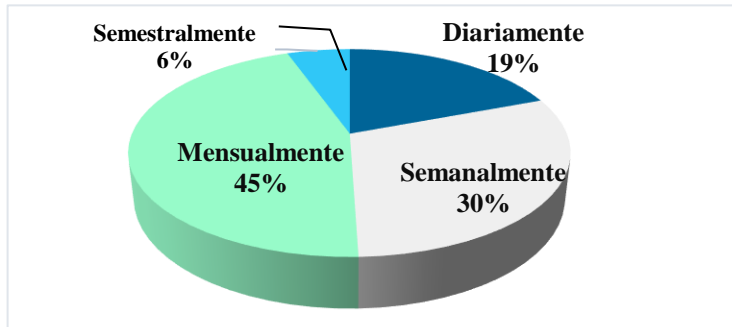
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	74	20%
Semanalmente	116	30%
Mensualmente	173	45%

Semestralmente	21	5%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 8.**

*Frecuencia utilización aceites esenciales.*



*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### **Análisis e Interpretación**

El 45% de la población encuestada de la ciudad de Loja, indicaron que utilizan mensualmente, el 30% semanalmente, por lo que el 25% utiliza en sus hogares diaria y semestralmente, considerando los beneficios que éstos otorgan a la salud de las personas.

### **6.3.7. ¿Qué aspecto considera usted al momento de comprar un aceite esencial con fines de salud?**

**Tabla 9.**

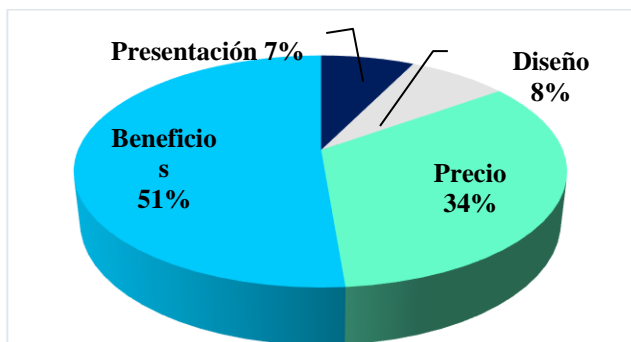
*Aspectos para adquirir aceites esenciales.*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Presentación	28	7%
Diseño	30	8%
Precio	129	34%
Beneficios	197	51%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 9.**

*Aspectos al momento de adquirir aceites esenciales.*



*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### ***Análisis e Interpretación***

Del total de personas encuestadas de los sectores de Loja, el 51% considera como principal aspecto al momento de adquirir un aceite natural, son los beneficios que otorgan a la salud, el 34% considera que se fija en el precio para adquirir los aceites, por lo que 15% prefiere fijarse en la presentación y el diseño de los aceites aromatizantes.

#### **6.3.8. *¿Qué tipo de envase usted consideraría ideal para la presentación y conservación de un aceite esencial?***

**Tabla 10.**

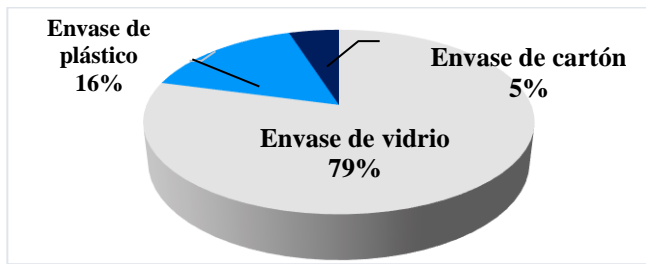
*Tipo de envase para presentación aceites.*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Envase de vidrio	304	79%
Envase de plástico	61	16%
Envase de cartón	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 10.**

*Tipos de envase para aceites esenciales.*



Nota. Adaptado de Estudio de mercado, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### **Análisis e interpretación**

Considerando la muestra de las personas en la ciudad de Loja, se puede evidenciar que el 79% le gustaría que el envase de los aceites aromatizantes sea de vidrio, por lo que el 21% considera que el envase debe ser de plástico y cartón, aduciendo que por la forma de la presentación se debería considerar el envase.

### **6.3.9. ¿Le gustaría que los aceites esenciales sean comercializados con beneficios de bienestar emocional y salud?**

**Tabla 11.**

*Gusto por comercialización aceites con beneficios para la salud.*

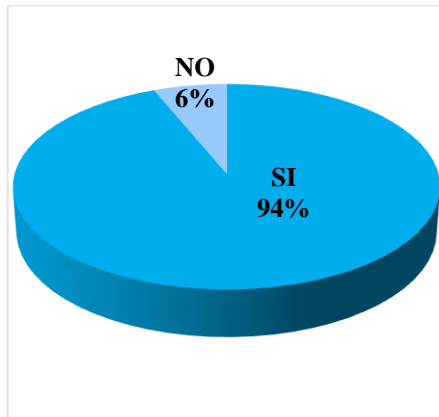
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	360	94%
NO	24	6%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Nota. Adaptado de Estudio de mercado, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.



**Figura 11.**

*Gusto por los aceites esenciales.*



*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### ***Análisis e Interpretación***

Las personas en la ciudad de Loja encuestadas nos mencionaron con un 94% le gustaría que los aceites sean comercializados con beneficios de bienestar emocional y salud, ya que esto reduce los problemas de los individuos, por lo que el 6% no le gustaría que se ofrezca este tipo de beneficio, ya que lo consideran que no es necesario para mejorar el estado de una persona.

### **6.3.10. ¿Qué le gustaría que incluya un pack de aceites esenciales?**

**Tabla 12.**

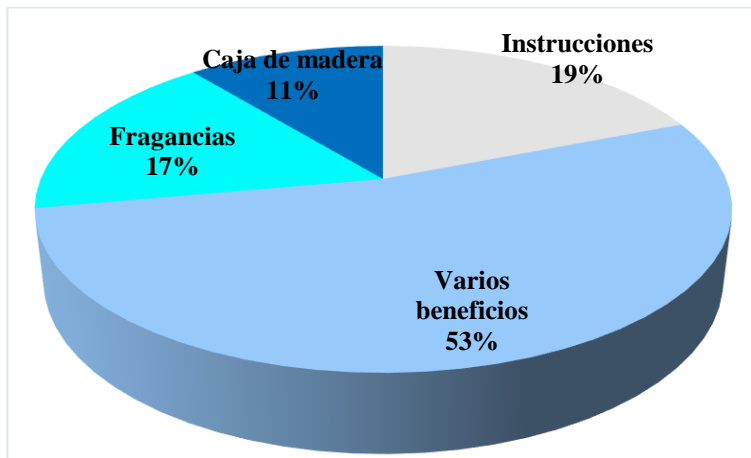
*Artículo a incluir en pack aceites esenciales*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Instrucciones	73	19%
Varios beneficios	204	53%
Fragancias	65	17%
Caja de madera	42	11%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 12.**

*Gráfico artículo a incluir en pack de aceites.*



*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### ***Análisis e Interpretación***

El 53% de las personas encuestadas le gustaría que se incluya un pack de aceites aromatizantes que ofrezcan varios beneficios para la salud, el 19% que se incluyan las instrucciones donde se indiquen los beneficios, el 17% los diferentes tipos de fragancias, por lo que el 11% desean que se incluyan conjuntamente estos aceites con una caja de madera.

### **6.3.11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de 4 variedades de aceites esenciales?**

**Tabla 13.**

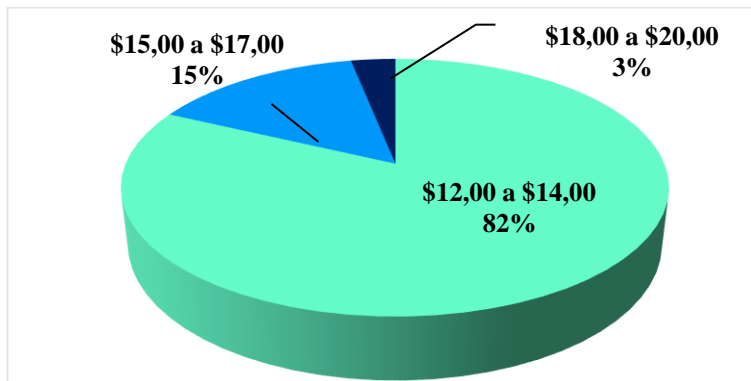
*Precio dispuesto a pagar por variedad de aceites esenciales*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$12,00 a \$14,00	315	82%
\$15,00 a \$17,00	57	15%
\$18,00 a \$20,00	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 13.**

*Valor dispuesto a pagar por aceites esenciales*



*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### **Análisis e Interpretación**

Mediante la aplicación de la muestra del estudio de mercado, podemos evidenciar que el 82% de las personas, estarían dispuestos a pagar entre \$12,00 a \$14,00 por un pack de aceites aromatizantes y el 18% pagaría entre \$15,00 a \$20,00 indicando que si tiene un beneficio para la salud estaría acorde el valor mencionado por el pack de aceites naturales.

### **6.3.12. ¿Qué tipo de distribución es la óptima para comercializar un aceite esencial con beneficios de salud?**

**Tabla 14.**

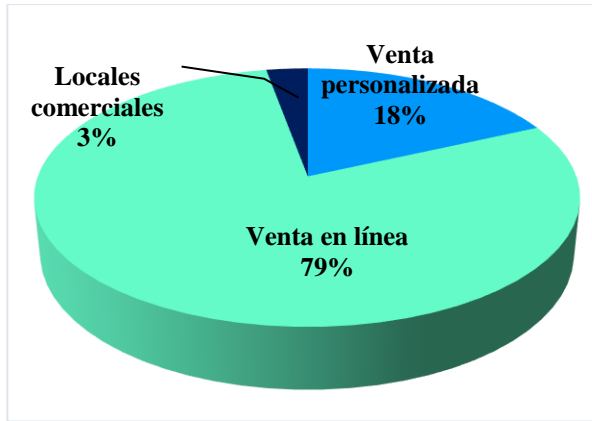
*Tipo de distribución para comercializar el producto.*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Venta personalizada	70	18%
Venta en línea	303	79%
Locales comerciales	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 14.**

*Distribución para comercializar los aceites esenciales.*



Nota. Adaptado de Estudio de mercado, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### **Análisis e Interpretación**

A través de la recolección de datos de las encuestas realizadas a la muestra de la población de Loja, las personas consideran que el tipo de distribución para comercializar de los aceites naturales en un 79% sería en venta en línea, por lo que el 18% prefiere una venta personalizada y solo un 3% considera que deberían ofertarse en locales comerciales.

### **6.3.13. ¿En qué punto de venta le gustaría adquirir un pack de aceites esenciales para beneficio de la salud humana?**

**Tabla 15.**

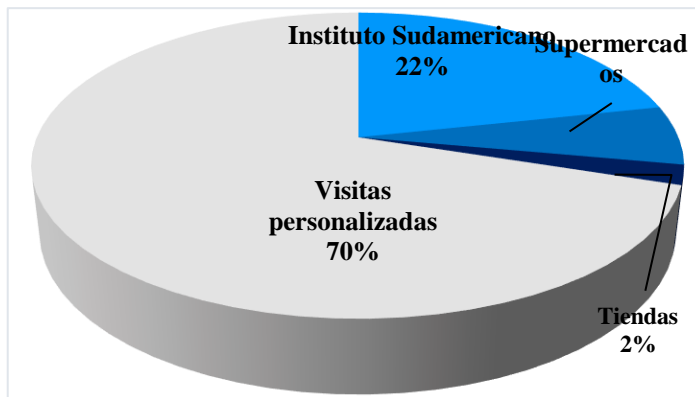
*Punto de venta para adquisición de aceites esenciales.*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Instituto Sudamericano	83	22%
Supermercados	24	6%
Tiendas	8	2%
Visitas personalizadas	269	70%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Nota. Adaptado de Estudio de mercado, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 15.**

*Puntos de venta para adquisición de aceites*



*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### ***Análisis e interpretación***

Dentro de la muestra de la ciudad de Loja, le gustaría que el punto de venta para un pack de aceites naturales sería las ventas personalizadas con un 70%, el 22% que sea en el Instituto Sudamericano, el 6% en supermercados, por lo que el 2% les gustaría adquirir en las tiendas.

### **6.3.14. ¿A través de qué red social preferiría conocer las propiedades para mejorar la salud con una variedad de aceites esenciales?**

**Tabla 16.**

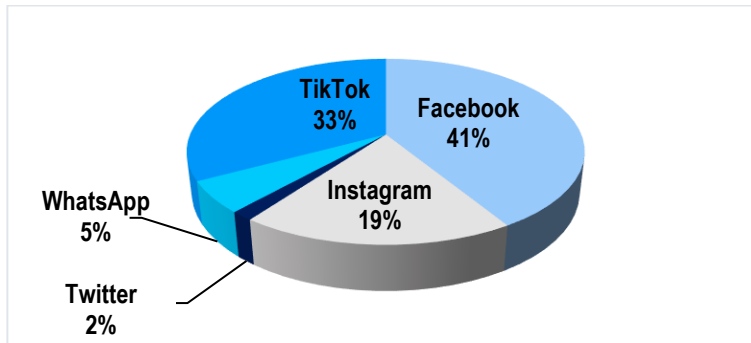
*Preferencia de red social.*

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	158	41%
Instagram	72	19%
Twitter	6	2%
WhatsApp	21	5%
TikTok	126	33%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 16.**

*Preferencia de red social para conocer el producto*



*Nota.* Adaptado de *Estudio de mercado*, estudiantes de primer ciclo de Gestión del talento humano, 2023.

### ***Análisis e interpretación***

Las personas encuestadas en el presente estudio de mercado, indicaron que el 41% prefiere la red social del Facebook, el 30% el Tiktok, el 19% el Instagram, por lo que en una minoría del 7% entre el WhatsApp y el Twitter, es importante que indicasen que las redes sociales son herramientas actuales para obtener información.

#### **6.3.15. Análisis de demanda**

Las características diferenciadoras e innovadoras del producto natural a base de aceites aromatizantes hacen que se considere como un producto relajante para ser utilizado por cualquier persona.

Es por esto que el precio juega un papel fundamental al momento de su compra, por lo tanto, se basa en gustos y preferencias de cada cliente; así mismo al momento de delimitar el precio se consideraron todos los costos que se generaron en el proceso de producción. Al no ser un producto especializado sino artesanal que maneja las emociones de las personas, la venta del mismo depende directamente del precio y no de la necesidad de su consumo, por lo que se podría decir que existe una relación inversa: a mayor precio, menor demanda y viceversa.

### **6.4. Demanda actual**

Partiendo bajo el supuesto que el 90% de la población de Loja adquieren un aceite aromatizante natural trasladando aquel valor a la demanda total obtenida mediante la encuesta realizada en el presente estudio de mercador, obtenemos un

total de demanda cubierta el mismo que es de 200 clientes en la ciudad de Loja o de diferentes ciudades del país.

#### **6.4.1. *Análisis de la oferta***

La oferta constituye el conjunto de proveedores dentro del mercado y la competencia actual que debe enfrentar el producto, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto innovador natural aromatizante, se debe identificar cuáles son los posibles sustitutos para así poder compararlos con la demanda.

En cuanto a la producción, la empresa productora del producto con mayor participación en el mercado son los mercados internacionales y nacionales quienes tienen mayor acogida en el mercado, el mismo que no existe competencia en cuanto al producto de natural artesanal, que es el pack de aceites naturales aromatizantes que ayuda en el manejo de emociones para todo tipo de personas.

#### **6.4.2. *Proyección de la oferta***

Para proyectar la oferta se considera el número de población con año base del 2021, considerando que será la cantidad que demandará el producto.

Oferta = 249658

Tasa de crecimiento de la oferta = 2.5%

Se ha proyectado la oferta para 5 años (futuro), con la finalidad de determinar la capacidad que la empresa producirá para cubrir todo o parte de la demanda insatisfecha calculada. Los resultados obtenidos de la proyección son los siguientes:

**Pt**= población total

**Po**= población base

**I**= crecimiento

#### **6.4.3. *Análisis de precios***

El precio del producto que se pretende fabricar influye en los ingresos o la maximización de las ganancias, el cual existe un equilibrio entre la oferta y la demanda en el mercado, se obtiene el precio base del producto que es el costo para posterior definir el precio de venta al público o al consumidor final el cual presentan

su grado de conveniencia y satisfacción en la transacción, condicionado a la cantidad y al momento dado. El precio no se refleja afectado por la nueva presentación y marca, sino que se manejaron en los mismos estándares.

Por tanto, en los estudios que se realizó a la población de Loja considerando el último Censo del año 2010, nos basamos en la recopilación de información mediante la técnica de la encuesta los mismos ya que la fijación del precio del producto, basándose que es mucha importancia porque se sabe hasta que cantidad están dispuestos a pagar por nuestro producto natural el mismo que están dispuestos a pagar un precio entre \$12,00 a \$14,00 por cada pack de variedad de aceites aromatizantes, ya precio venta final al público.

#### **6.4.4. Análisis de comercialización**

La comercialización del producto natural artesanal aromatizante es muy importante porque opera como un mecanismo de coordinación entre los comerciantes y los consumidores, el mismo que se trata de buscar el mayor número de puntos de venta posibles dentro de la ciudad de Loja, lugares a los cuales las empresas acuden con frecuencia y adquieren sus productos.

Por lo tanto, la estrategia de distribución debe ser a personas naturales, empresas públicas, privadas, mixtas, ubicando el producto como de fácil acceso para la población meta.

#### **6.5. Estrategias de promoción y publicidad**

El producto natural artesanal a base de aceites aromatizantes, denominado “KAWSU”, producto que ayudar en el proceso de manejo de las emociones, de calidad, aumento de la eficiencia y la concentración, mejoramiento del humor y el rendimiento, por lo que para su comercialización se realizó una presentación con un valor agregado para satisfacción de los clientes; considerando aspectos bajo las nuevas tendencias de mercado; por lo que es importante dar a conocer mediante la aplicación de estrategias de marketing óptimas utilizando el marketing mix del producto; por lo que se trata de posicionarlo en la mente de los consumidores de la ciudad de Loja y de las diferentes ciudades del país. Con esto se utilizarán las siguientes estrategias de promoción y publicidad mismas que van orientadas a disminuir costos:



- Diferenciación del producto
- Ventaja competitiva
- Ventaja comparativa
- Promoción a través de las redes sociales
- Difusión y venta directa al consumidor (marketing boca a boca)
- Venta personalizada

#### **6.6. Estudio técnico**

Lo que se pretende dentro del estudio técnico del proyecto es el estudio de localización y las alternativas que tiene su ubicación específicamente en la ciudad de Loja, considerando los sectores y las diferentes parroquias de Loja, así mismo se pudo evidenciar que se puede ofertar el producto al público en general de las diferentes ciudades.

#### **6.7. Micro localización**

Una vez analizada la macro localización se procede a analizar la micro localización, que consiste en ubicar el sitio adecuado para el proyecto a realizar. La empresa de acuerdo a los factores antes analizados se ubicará en las calles Miguel Riofrío entre Sucre y Bolívar, el mismo que cumple con las condiciones necesarias que la empresa busca para cumplir con los objetivos planteados debido a la facilidad de acceso y un entorno factible.

#### **6.8. Macro localización**

Dentro del estudio de mercado y una vez realizadas las encuestas a la muestra de la población en diferentes parroquias de la ciudad de Loja, se pueden determinar que los posibles clientes de nuestro producto natural artesanal, variedad de aceites aromatizantes”, es un producto relajante, donde crea un ambiente positivo, mejora el humor, reduce el estrés, aumenta la eficiencia y la concentración, que puede ser comercializado a personas naturales, instituciones o empresas públicas, privadas o mixta de la ciudad de Loja.

## **7. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE ACCIÓN**

### **PLAN DE BIENESTAR, AROMATERAPIA UNA NUEVA ALTERNATIVA DE SALUD EMOCIONAL.**

Nuestra sociedad actual, debido a un ritmo de vida acelerado, moderno y tecnológico está siendo afectado en grandes proporciones por diversas enfermedades psicosomáticas entre ellas la ansiedad, estrés y la depresión alterando la salud emocional. Por tal motivo, en los últimos años se evidencia el aumento del uso de aceites esenciales con una estimación de la compra de estos a nivel mundial que equivale a un 70% de las exportaciones, en las cuales Estados Unidos y Francia cuentan con el 43% de predominio, en menor porcentaje se encuentran China, Argentina y Reino Unido que equivalen al 21%, los aceites que más se exportan por su aumento en uso son; lavanda, naranja, eucalipto, sándalo, nuez moscada y limón. (Hurtado, Efecto de los aceites esenciales en los síntomas emocionales de la ansiedad, depresión y estrés una revisión literaria, 2018).

A nivel local y nacional se ha identificado diversos tipos de barreras para la adquisición de aceites esenciales, en específico dos, la primera es una barrera financiera ya que para la producción de estos aceites se necesita de maquinaria avanzada que permitan la purificación de estos, además de ser considerado de alto riesgo para los inversionistas ya que no cuentan con las herramientas suficientes para asegurar auge financiero. En segundo lugar, se encuentran las barreras de mercado en las cuales se muestra el déficit de estudios e investigaciones del uso de los aceites esenciales en relación a la productividad y rentabilidad del uso de esta terapia.

Los colaboradores de distintas empresas u organizaciones son los beneficiarios directos debido que los resultados obtenidos permiten evidenciar que la aromaterapia en todas sus esencias de canela, vainilla, lavanda y mandarina tienen resultados positivos disminuyendo así la ansiedad que los colaboradores presentan frente a la realización de sus actividades diarias en el entorno laboral. El presente plan de bienestar emocional a través del uso de la aromaterapia presenta herramientas y estrategias innovadoras que le brindan a los directivos y

colaboradores alternativas de como cuidar y canalizar el estrés y otras eventualidades externas en el ámbito psicosocial que puedan afectar en su desarrollo profesional, mediante el uso de esencias para su cuidado emocional en sus puestos de trabajo.

### **7.1. Filosofía de la marca**

Kawsu es un producto elaborado por los estudiantes de la Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano, enfocado en la línea de emprendimiento acorde al modelo educativo, donde los estudiantes proponen alternativas de negocio relacionadas a su ámbito profesional.

Se conoce como aromaterapia a la técnica que usa aceites esenciales de las plantas, con fines medicinales, los aceites esenciales son considerados el alma de las flores y plantas que, utilizados en pequeñas cantidades, proporcionan enormes beneficios a nuestra salud laboral, que según la OMS la define como una actividad multidisciplinaria que promueve y protege la salud de los trabajadores. Así también, la aromaterapia ayuda a superar y sanar los patrones que impiden vivir una vida plena. (Zeck, 2019).

Los aceites esenciales se han empleado desde la antigüedad y con mucha más amplitud durante las últimas dos décadas. Y su popularidad sigue creciendo. Los usos más corrientes para los aceites aromáticos son los masajes, los vaporizadores aromáticos, las fórmulas para baño y para el cuidado natural de la piel.

La aromaterapia actúa de manera natural sobre nuestro sentido del olfato, mediante la absorción y transportación de olores directamente a la parte del cerebro donde se encuentra el sistema límbico, encargado del manejo de emociones y el comportamiento, esto, se ubica en la parte media del cerebro, es decir, en el encéfalo.

En la actualidad los colaboradores dentro de las empresas, se enfrentan a situaciones complejas que influyen en su rendimiento, concentración y productividad, es por ello que se ha implementado la aromaterapia con el fin de crear efectos positivos en el entorno laboral; desde la reducción del estrés hasta la potenciación de la creatividad y equilibrio laboral.

## **Beneficios de la aromaterapia**

La aromaterapia brinda varias utilidades a quien la aplica, tomando en cuenta que los aromas son capaces de activar algunas regiones en el cerebro, como el sistema límbico y regula aspectos de la memoria, aprendizaje y fundamentalmente las emociones; esta es la principal causa para que la aromaterapia se haya convertido en una de las alternativas más óptimas para los trabajadores.

Entre los principales beneficios de la aromaterapia, como aporte a las salud mental de los trabajadores, se destacan los siguientes:

- Contribuye a un agradable ambiente de trabajo.
- Aporta considerablemente a mejorar el estado de ánimo.
- Mejora la concentración, siendo un estimulante natural para aumentar la creatividad y mejorar así el desempeño laboral.
- Se emplea para mejorar el bienestar psicológico y el alivio sintomático en enfermedades como el estrés.
- Tiene un efecto calmante que facilita la relajación y la paz mental en el entorno laboral.

Con el fin de fomentar la práctica de la aromaterapia, KAWSU aporta sus aceites esenciales a base de diversos aromas, donde cada uno de ellos cumple un acorde a su esencia :

**Aceite de lavanda (Relajante):** floral y fresco, calman los nervios, ansiedad y estrés; concilia el sueño. *#SoydelSuda*

**Aceite de vainilla (Serenidad):** dulce, provoca tranquilidad, efectos calmantes y relajantes en nuestras actividades diarias.

**Aceite de mandarina (Equilibrio):** frutal y cítrico, funde sentimientos de armonía, tranquilidad y paz; aclara ideas.

**Aceite de canela (Antiviral):** limpio y refrescante, alivia los estragos de los virus y reconforma el sistema inmunológico.

## **Presentación del producto**

KAWSU es un producto elaborado artesanalmente por los estudiantes de la Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano, siendo acompañados por el asesoramiento profesional de un Ingeniero Medio Ambiental especialista en la

materia, con el 100% de ingredientes amigables con el medio ambiente, manejando los parámetros principales para crear un producto apto para el uso de las personas.

La concentración de KAWSU a base de componentes naturales, como son aceite de vaselina, aceite de lanolina y esencias naturales forja efectos y beneficios que minimizan los riesgos de estrés laboral en el puesto de trabajo, ofreciendo excelentes resultados en el bienestar de los colaboradores.

KAWSU se compone de cuatro diferentes esencias aromáticas como:

\***Lavanda**, que actúa como un excelente relajante para calmar los nervios, ansiedad y estrés ayudando a conciliar el sueño.

\***Mandarina**, contribuye a mantener un equilibrio, armonía, tranquilidad y paz para aclarar nuestras ideas.

\***Vainilla**, brinda un efecto dulce, que provoca tranquilidad y efectos calmantes en el cumplimiento diario de las actividades a desarrollar.

\***Canela**, aporta propiedades que alivian y reconfortan cualquier tipo de estrago producido por virus, así como también ayuda a fortalecer nuestro sistema inmunológico.

Estas esencias dentro de sus usos y beneficios, aportan directamente en el bienestar emocional y con ello mejorar el ámbito laboral, siendo un aroma que contribuye al bienestar personal.

### **Definición del producto**

KAWSU es un aceite relajante natural, ideal para la práctica de la aromaterapia por parte de los trabajadores, este producto está preparado a base de aceites esenciales que mejoran nuestro rendimiento laboral, relaja el sistema nervioso, nutre y mantiene humectada las zonas de la piel donde se aplicará el producto.

## Origen del nombre

Figura 24.

Marca Kawsu



Figura 25.

Marca Kawsu



Kawsu, nace de la combinación de dos palabras quichuas, que significa:

KAWSAY = VIDA

SUMAK = SUBLIME

Esta combinación da como resultado el origen del nombre “Vida sublime” que hemos seleccionado para la elaboración de nuestro producto.

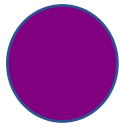
**Marca**

Figura 26. Marca Kawsu



INTO HUMANO  
Soy del Suda

Para agregar particularidad al producto, se han seleccionado colores con profundo impacto armónico hacia las personas, que se reacoiona directamente con la aromaterapia, al transmitir a través de una gama de colores sobrios, elegantes con propiedades relacionadas con el contenido de nuestras esencias, que se detalla a continuación:



**Morado:** Mantiene el equilibrio entre el cuerpo físico y la mente, favoreciendo a la meditación.



**Naranja:** Posee cualidades con poder estimulante y energético.



**Turquesa:** Representa la calma, tranquilidad y claridad mental.



**Azul:** Se relaciona con elementos de la naturaleza, los cuales se asocian directamente con las emociones positivas de paz y tranquilidad.

En consideración a la marca, nace la filosofía corporativa, como son misión, visión y valores:

### MISIÓN

Brindar bienestar laboral a los trabajadores, mediante la aplicación de técnicas, como la aromaterapia a base de aceites esenciales, que con su agradable aroma contribuyen a mitigar los efectos del estrés en el puesto de trabajo, mejorando así la productividad y el rendimiento de los colaboradores.

### VISIÓN

Consolidar la marca KAWSU como el principal productor de aceites esenciales, ofreciendo la mejor alternativa natural, con fines laborales, siendo un elemento fundamental que aporta equilibrio emocional y fomenta la generación de un adecuado clima laboral en la organización.

### VALORES

- **Calidad:** Generamos productos que cumplen con todas las normas y estándares de calidad propuestos, que inician, desde el proceso de planificación, ejecución y comercialización a nuestros clientes.
- **Compromiso:** Somos un equipo comprometido con las necesidades del cliente, ofreciendo un producto con características y atributos que cumplen con las exigencias y expectativas de quienes lo usan.

- **Proactividad:** Integramos un conjunto de personas con espíritu colaborativo, resiliente, con iniciativas innovadoras, que generan ideas que nos conllevan al cumplimiento de los objetivos y metas propuestas.

## SLOGAN

#Elaromadetu**bienestar**

El aroma de tu bienestar, cinco palabras que se asocian y conforman en un sentir de tranquilidad paz y armonía, es por ello que hemos utilizado para expresar en una corta frase lo mucho que significa nuestro producto KAWSU.

## Estructura del producto

Para su presentación y comercialización de KAWSU, contiene en el interior de la caja cuatro frascos de vidrio color azul, con dispensador en forma de rollon, separados cada uno por una base de cartón y decorado con papel confeti, con el fin de brindar mayor aporte a la seguridad, traslado y manipulación del producto.

Figura 27. Envase primario



Figura 28. Envase secundario



KAWSU contiene un sello de seguridad, indicando el logo del producto, lema, así como también las diferentes redes sociales donde se encuentra mayor información. Para su fácil traslado posee un elegante cordón color dorado, creando un aspecto armonioso y sobrio.



En la cubierta superior interna de la caja, contiene una tarjeta informativa, donde explica detalladamente el nombre de cada aceite, función y beneficios que se obtiene de cada uno, facilitando el uso adecuado para la persona que la adquiera.

Figura 28. Tarjeta informativa



## 7.2. COMPONENTES DE LA PRODUCCIÓN DE KAWSU

Para la elaboración de KAWSU aceites esenciales, se utilizaron dos ingredientes de vital importancia, los cuales en su porcentaje se componen de la siguiente forma, 70% de vaselina líquida, 30% de aceite de lanolina y 5% de extracto de las plantas previamente seleccionadas, la obtención de este producto se realizó con la colaboración de los estudiantes de los diferentes ciclos académicos que conforman la Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano del ISTS, así mismo se utilizaron herramientas adecuadas para su alto nivel de efectividad y calidad.

Una de las principales características de KAWSU será la calidad con la que cuenta el producto, considerando que desde su planificación se pudo prever la higiene, cuidado, manipulación, materia prima de calidad y sobre todo el enfoque en la mano de obra, que pese a que no fue realizada por profesionales, al ser elaborado de forma artesanal por estudiantes, se tomó muy en cuenta, cada una de las normas de calidad, higiene y seguridad con que amerita un producto de calidad, que llegó a los colaboradores de varias instituciones a nivel de zona 7 del país.

### 7.3. Actividad N°1

**Nombre de la actividad:** calmar la tensión en los hombros.

**Recursos a utilizar:** aceite KAWSU RELAJANTE.

**Figura 17.**

*Aceite de lavanda.*

*Nota.* Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.



**Tiempo:** 3 a 5 minutos

**Espacio o lugar:** lugar de trabajo a lado del escritorio.

**Desarrollo:** TALENTO HUMANO

Para el desarrollo de la presente actividad se sugiere al colaborador contar con todos los recursos necesarios como lo son:

- Aceite de lavanda KAWSU
- Puesto de trabajo adecuado
- No contar con abrigo, gorras, gafas
- Tener un espacio laboral de 3 a 5 minutos

El cuello y los hombros suelen tensionarse debido al constante estrés. En algunas ocasiones llega a ser tan grave que se experimenta un fuerte dolor que solo se calma con analgésicos, ante ello presentamos el siguiente ejercicio que permitirá liberar tensiones de estrés y te permitirá canalizar estos eventos de una mejor manera.

Una vez que contemos con estos requisitos procedemos a realizar nuestro ejercicio de relajación siguiendo muy detenidamente el siguiente paso a paso.

1. Desconectarse de equipos electrónicos por 5 minutos como celulares, laptops, tablets, etc.
2. Conserva una postura adecuada al ejercicio.
3. Frota en la palma de las manos la esencia de lavanda y exhala mientras realizas el ejercicio por varias veces.
4. Posterior a ello sube y baja los hombros con un movimiento suave, uno a la vez y de forma alterna.
5. Relájalos y deja que la cabeza caiga hacia adelante, como si el mentón quisiera apoyarse sobre el pecho.
6. Luego, haz movimientos circulares con la cabeza sin estirar el cuello.
7. Para combatir el estrés, repite estos movimientos cinco veces, relájate y has dos o tres series.
8. Evita distraerte, mantén tu mente en blanco y realiza esta actividad.

#### 7.4. Actividad N°2

**Nombre de la actividad:** la respiración alterna.

**Recursos a utilizar:** aceite KAWSU EQUILIBRIO.

#### Figura 18.

*Aceite de mandarina.*

*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*



**Tiempo:** 3 a 5 minutos.

**Espacio o lugar:** sentado en la silla del escritorio

**Desarrollo:**

Para el desarrollo de la presente actividad se sugiere al colaborar contar con todos los recursos necesarios como lo son:

- Aceite de mandarina KAWSU
- Puesto de trabajo adecuado
- No contar con ningún objeto de distracción
- Tener un espacio laboral de 3 a 5 minutos

Una vez que contemos con estos requisitos procedemos a realizar nuestro ejercicio de relajación siguiendo muy detenidamente el siguiente paso a paso.

1. Primero deberás colocarte en la posición correcta
2. Flota en las palmas de las manos la esencia de mandarina mientras realizas el ejercicio exhala tres veces por minuto.
3. Luego procede a cruzar las piernas y con el dedo índice y el dedo medio de una mano doblados hacia dentro de manera que toquen la palma de la mano cerca de la base del pulgar.
4. El dedo meñique deberá quedar reposado contra el dedo anular.
5. Inclina ligeramente la cabeza y lleva el dedo anular al lado izquierdo de la nariz y el dedo pulgar al otro lado.
6. Después presiona de forma ligera para cerrar la fosa nasal izquierda, exhalando e inspirando una vez por la fosa nasal derecha; repite el mismo proceso al revés.
7. Repite el ciclo 20 veces para relajarte por completo.
8. Evita distraerte, pon tu mente en blanco y realiza esta actividad con la mayor concentración.
9. De la correcta realización, te permitirá entrar en un estado de relajación frente a las obligaciones laborales del día a día.

## 7.5. Actividad N°3

**Nombre de la actividad:** respiración consciente.

**Recursos a utilizar:** aceite KAWSU SERENIDAD.

### Figura 19.

*Aceite de vainilla.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Tiempo:** 4 a 6 minutos.

**Espacio o lugar:** Puesto de trabajo

**Desarrollo:**

Para su correcto desarrollo de la presente actividad se aconseja al colaborador tener la predisposición de los siguientes recursos necesarios:

- Aceite de vainilla KAWSU.
- Puesto de trabajo (de preferencia un espacio libre de obstáculos).
- No contar con abrigo, gorras o gafas.
- Disponer de un espacio en tu oficina de 4 a 6 minutos.

Una vez que contemos con los requisitos solicitados, por consiguiente, procedemos a realizar la siguiente actividad de relajación siguiendo detenidamente los siguientes pasos:

1. Ponte en un lugar cómodo y donde puedas sentirte tranquilo(a).
2. Frota de 10 a 5 segundos el aceite esencial de vainilla en la yema de los dedos.

3. Posterior a ello realiza masajes circulares por unos 10 a 20 segundos en la parte inferior de tus fosas nasales.
4. Por consiguiente, toma aire lenta y profundamente por la nariz en 4 tiempos, mientras vas relajando e «inflando» el abdomen. Espera 4 tiempos antes de botar el aire.
5. Al expulsar el aire, debes hacerlo por la nariz en 4 tiempos, tratando de expulsar todo el aire, a la vez que vas tensando y «desinflando» suavemente el abdomen, para que así vayas sintiendo el efecto del aceite esencial.
6. Te recomendamos repetir esta actividad al menos unas 3 veces por semana.
7. La correcta aplicación y uso te permitirá entrar a un estado de serenidad en tu ámbito laboral.

#### 7.6. Actividad N°4

**Nombre de la actividad:** meditación consciente.

**Recurso a utilizar:** Aceite KAWSU MANDARINA.

#### Figura 20.

*Aceite de mandarina.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Tiempo:** 4 a 8 minutos

**Espacio o lugar:** Puesto de trabajo silla o sillón

**Desarrollo:**

Para su correcto desarrollo de la presente actividad ya mencionada, le recomendamos al colaborador tener en cuenta los siguientes recursos necesarios:

- Aceite de mandarina KAWSU.
- Puesto de trabajo correctamente en orden.
- No poseer prendas de vestir como abrigo, gorras, gafas entre otras.
- Tener un espacio en tu oficina dentro de tu oficina de 4 a 8 minutos.

Una vez que ya tengamos en cuenta los requerimientos solicitados, continuamos a realizar paso a paso la actividad:

1. Asegúrate de encontrar un lugar tranquilo dentro de tu oficina, donde las distracciones estén limitadas y trata de crear un ambiente de calma.
2. Siéntate de manera adecuada en tu silla o sillón.
3. Frota de 10 a 20 segundos en la yema de tus dedos el aceite esencial y de 30 a 40 haciendo masajes circulares en la parte posterior del cuello.
4. Aclara tu mente y recuerda de respirar profundamente para mayor tranquilidad y concentración.
5. Te recomendamos hacer a menudo unas 3 a 5 veces por semana la mencionada actividad.
6. La correcta realización de la actividad te ayudará a mejorar tu tranquilidad en tu jornada laboral así mismo a tener una mejor concentración en tus labores diarias.

TALENTO HUMANO

#SoydelSuda

## 7.7. Actividad N°5

**Nombre de la actividad:** relajación.

**Recursos a utilizar:** Aceite KAWSU RELAJANTE.

**Figura 21.**

*Aceite de lavanda.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Tiempo:** 3 a 5 minutos.

**Espacio o lugar:** puesto de trabajo escritorio.

**Desarrollo:**

Para el desarrollo de la presente actividad se sugiere al colaborar contar con todos los recursos necesarios como lo son;

- Aceite de lavanda KAWSU
- Puesto de trabajo ordenado
- No contar con abrigo, gorras o gafas.
- Tener un espacio laboral de 3 a 5 minutos.

Una vez que contemos con estos requisitos procedemos a realizar nuestra actividad de relajación siguiendo muy detenidamente el siguiente paso a paso.

1. Desconéctate de equipos electrónicos por 5 minutos como celulares, laptops, tablets, etc.
2. Conserva una postura acorde en silla,
3. Frota de 5 a 10 segundos la esencia de lavanda en las yemas de los dedos.



4. Posterior a ello realiza masajes circulares de 10 a 20 segundo en las sienas y de 30 a 40 en la parte posterior del cuello, repite esta actividad de 2 a 3 veces en la semana.
5. Evita distraerte, mantén tu mente en blanco y realiza esta actividad con los ojos cerrados.
6. De la correcta realización, te permitirá entrar en un estado de relajación frente a las obligaciones laborales del día a día.

### 7.8. Actividad N°6

**Nombre de la actividad:** tranquilidad.

**Recursos a utilizar:** aceite KAWSU SERENIDAD.

**Figura 22.**

*Aceite de vainilla.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Tiempo:** 5 a 10 minutos

**Espacio o lugar:** puesto de trabajo

**Desarrollo:**

Para el desarrollo de la presente actividad se sugiere al colaborar contar con todos los recursos necesarios como lo son;

- Aceite de vainilla KAWSU

- Puesto de trabajo ordenado y seguro
- No contar con cosas que no le permitan elaborar los siguientes ejercicios como chaquetas o gorras.
- Tener un tiempo libre de 5 a 10 minutos.

Una vez que contemos con estos requisitos podemos proceder a realizar la actividad con tranquilidad.

1. Desconéctate de equipos electrónicos por 10 minutos como celulares, laptops, equipos de sonidos etc.
2. Conserva el lugar adecuado de la oficina para realizar la actividad.
3. Nos colocamos de pie y estiramos nuestros brazos hacia arriba, luego hacia abajo.
4. Frotamos de 5 a 10 segundos la esencia de vainilla en la palma de las manos.
5. Posterior a ello realizamos masajes circulares de 10 a 40 segundos en las muñecas, repite esta actividad de 2 a 3 veces en la semana.
6. Evita cualquier distracción, si es posible apaga todo lo que tengas encendido como celulares y computadora realiza esta pequeña actividad en un ambiente tranquilo y sereno.
7. De la correcta realización, te permitirá entrar en un estado de relajación frente a las obligaciones laborales del día a día.

TALENTO HUMANO

#SoydeSuda

### 7.9. Conclusiones

- Las esencias provenientes de plantas medicinales Actúan de manera natural sobre nuestro olfato, mediante la absorción y transportación de olores directamente a la parte del cerebro conectado con el instinto de humor y las emociones.
- La aromaterapia es una alternativa que brinda beneficios a las personas para lograr un equilibrio físico, mental y espiritual, necesarios para que el cuerpo tenga defensas y las enfermedades no penetren con facilidad o que sea más grave de lo que debiera

- Una conclusión acerca de las pausas activas del trabajo debemos crear rutinas diarias para disminuir el estrés articular, muscular y mental crearse una rutina de dedicación en la cual el tiempo que se dedique sea solo para la persona y con pensamientos positivos, que ayuden al equilibrio y eviten consecuencias negativas.
- Otra conclusión acerca del cuidado del bienestar emocional por partes de los directivos a los colaboradores es importante que en la vida cotidiana las personas dediquen tiempo para brindarse momentos agradables que estimulen beneficios y estabilidad, para mejorar la vida diaria.

#### **7.10. Recomendaciones**

- Recomienda ejecutar el presente plan a todos los colaboradores de la empresa a utilizar las esencias ya que nos permite relajarnos y mantenernos activos durante las horas de trabajo
- Se recomienda a los colaboradores realizar pausas activas en sus puestos de trabajo, realizando rutinas diarias en la mañana para obtener un espacio de meditación donde podamos recibir buenas energías.
- Se recomienda el uso de la aromaterapia a través de Kawsu esencia provenientes de plantas medicinales y ayuda al cuidado emocional al bienestar de los colaboradores, con el fin de obtener un ámbito labora estable y preocuparnos por la salud de nuestros colaboradores.
- Se recomienda mantener espacios saludables organizando una buena higiene para utilizar los aceites esenciales para hacer la prueba en la piel con el fin de evitar una piel sensible, que después vaya a sufrir una alergia cutánea.

## 7.11. COSTOS DE PRODUCCIÓN

### 7.11.1. Tabla 17. Capital inicial

CAPITAL INICIAL	
67 estudiantes de la tecnología superior en Gestión del Talento Humano aportaron el capital para iniciar con las operaciones económicas con el valor de \$15,00 c/u	\$1 005,00
<i>Documento de respaldo: Informe individual de los tutores de las carreras.</i>	
<i>Anexo 1. Registro de pago de capital</i>	
<b>TOTAL CAPITAL INICIAL</b>	<b>\$1 005,00</b>

*Nota: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos.*

## VENTA DE PRODUCTOS

### 7.11.2. Tabla 18. Ventas de Kawsu (Ingresos generados)

INGRESOS		
Nº de Kawsu vendidos	Valor unitario (PVP)	Valor total
213 Productos	\$12,00	\$2556.00
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$2556.00</b>

*Anexo 2. Registro de pagos*

*Nota: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos*

## COSTOS Y GASTOS

### 7.11.3. Tabla 19. Egresos incurridos en el desarrollo del producto.

EGRESOS Y GASTOS	
Detalle	Valor total
Egresos de producción, empaquetado y comercialización	\$1134,77
<i>Anexo 3. Registro de costos y gastos</i>	
<b>Total egresos</b>	<b>\$1134,77</b>

*Documento de respaldo: facturas, recibos, notas de venta, etc.*

*Nota: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos*

7.11.4. **Tabla 20.** Cuentas por cobrar estudiantes

<b>CUENTAS POR COBRAR</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
1 estudiantes no cancelan el valor de los productos entregados de \$ 12,00 cada uno (36 pax)	\$36,00
<i>Anexo 4. Listado de cuentas por cobrar</i>	
<b>Total egresos</b>	<b>\$36,00</b>
<i>Documento de respaldo: Listado de cuentas por cobrar</i>	

### **UTILIDAD DEL EJERCICIO**

7.11.5. **Tabla 21.** Resumen de la Utilidad Real en efectivo

<b>RESUMEN DE LA UTILIDAD NETA</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
Total Ingresos por ventas	\$2 520,00
(-) Costos y gastos	\$1 134,77
<b>Utilidad Neta del ejercicio</b>	<b>\$1 385,23</b>
<i>Documento de respaldo: Registro de ventas, estado de cuenta, listado de estudiantes deudores</i>	
<i>Nota: Docente responsable de la elaboración de los informes económicos</i>	

7.11.6. **Tabla 22.** Utilidad del proyecto

<b>UTILIDAD A ESTUDIANTES</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
La distribución de utilidades se desarrolló para los estudiantes 66 que cancelaron el proyecto a tiempo.	\$1 385,23
<b>Total de Utilidades</b>	<b>\$1 385,23</b>
<i>Documento de respaldo: Facturas, recibos, notas de venta, etc.</i>	

## 7.12. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DIGITAL A TRAVÉS DE NUEVAS PLATAFORMAS DIGITALES PARA MARKETING MIX QUE CONTRIBUYAN A POSICIONAR A KAWSU #EQUILIBRIOLABORAL COMO UNA ALTERNATIVA DE BIENESTAR EMOCIONAL NATURAL DENTRO DE LOS ENTORNOS LABORALES

### 7.12.5. Herramientas interactivas:

Herramientas para diseñar actividades y crear situaciones de aprendizaje mediadas por la virtualidad. Pueden ser muy útiles a la hora de compartirlas con las/os estudiantes y las/os colegas a través de redes sociales y/o aulas virtuales y convertirnos en un docente productor de contenidos.

#### Figura 23.

*Funciones de las herramientas interactivas.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

Algunos son de software libre y otros sólo permiten usos restringidos, pero, en general, son de fácil uso:

**Popplet:** Es una herramienta para organizar nuestras ideas, recursos, imágenes, etc. en forma de gráfico. Tiene múltiples funciones ya que podemos crear muros virtuales, mapas conceptuales, recopilación de recursos, líneas de

tiempo etc. con un resultado visualmente claro y atractivo. Su uso es bastante intuitivo.

Además de presentar información, tiene la ventaja de ser una herramienta colaborativa muy adecuada para el trabajo con los alumnos ya que ofrece la posibilidad de incluir diferentes usuarios.

### Figura 24.

*Popplet.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Printerest:** Es una plataforma crear tableros interactivos entre varios usuarios (o puede ser generado por un solo usuario) alrededor de un tema en común. Permite compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, hobbies y mucho más. Los usuarios pueden buscar otros pinboards, 're-pin' imágenes para sus propias colecciones o darles 'me gusta'.

**Padlet:** Es una herramienta para guardar y compartir diferentes contenidos multimedia en forma personal, o como una pizarra colaborativa. Es muy simple, se presenta como un tablero en blanco que en el cual se puede arrastrar y soltar los elementos que queremos guardar... imágenes, videos, audio, presentaciones. Podemos integrar contenido desde nuestro equipo, webcam o insertando una URL. Permite opciones de personalización. Además de poder agregar títulos y descripciones a cada uno de los elementos que subimos a Padlet, podemos optar

por agregar una imagen de fondo, escoger el formato de presentación, configurar las notificaciones, etc.

### Figura 25.

*Padlet.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Cacoo:** Es una herramienta de dibujo en línea para realizar diversos tipos de diagramas, entre esquemas, diagramas UML, prototipado de pantallas, entre otros... también te provee de diversas funcionalidades como la de trabajo colaborativo simultáneo, donde puedes editar un diagrama en conjunto con otras personas al mismo tiempo. Y, sobre todo, cuenta con una interfaz muy fácil de utilizar. Cacoo puede usarse gratis.



**Figura 26.**

*Nulab.*

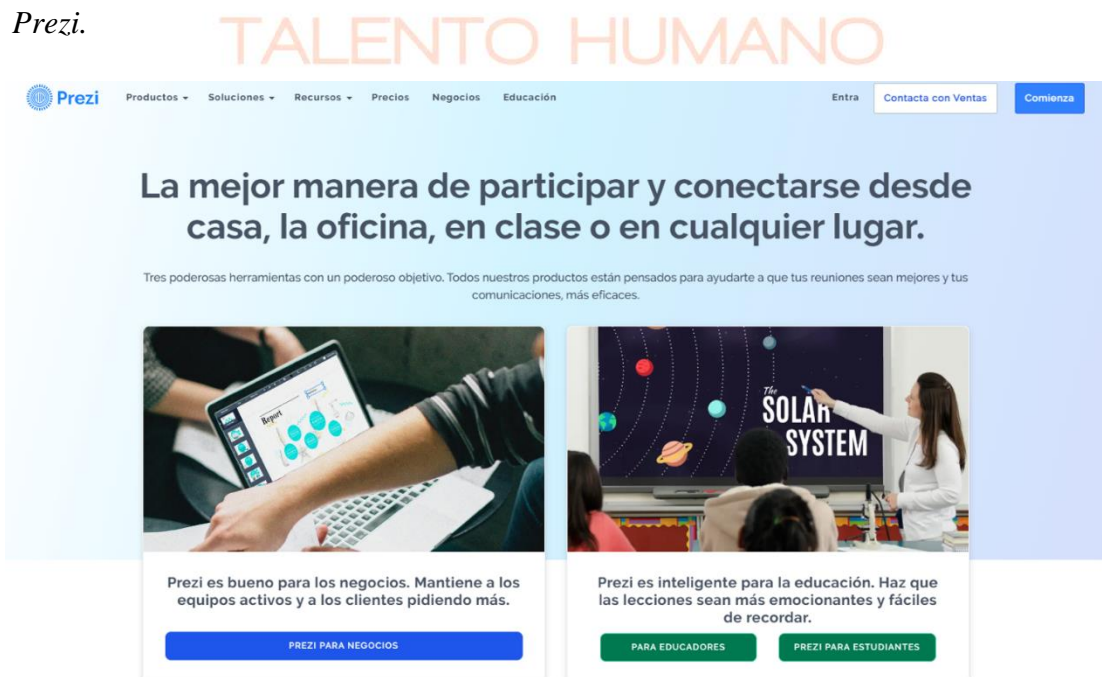


*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Prezi:** Es una aplicación multimedia para la creación de presentaciones similar a Microsoft Office PowerPoint o a Impress de LibreOffice pero de manera dinámica y original. La versión gratuita funciona solo desde Internet y con una limitante de almacenamiento.

**Figura 27.**

*Prezi.*

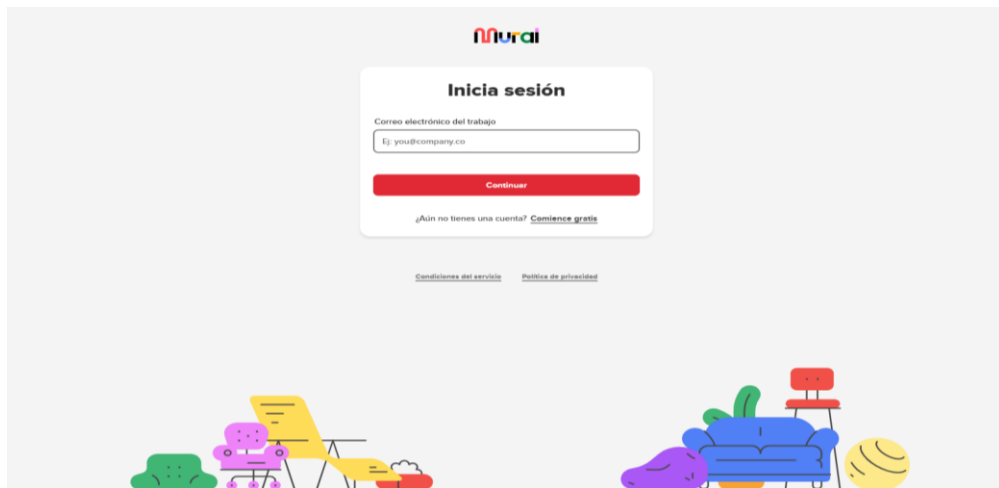


*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Mural.ly:** Es una herramienta útil y dinámica para crear lluvias de ideas de forma colaborativa. La interfaz de Mural.ly es clara, sencilla y elegante, lo cual se agradece ya que facilita el manejo de la aplicación. Los murales se comparten fácilmente en internet y también se pueden descargar como imágenes.

**Figura 28.**

*Mural.*

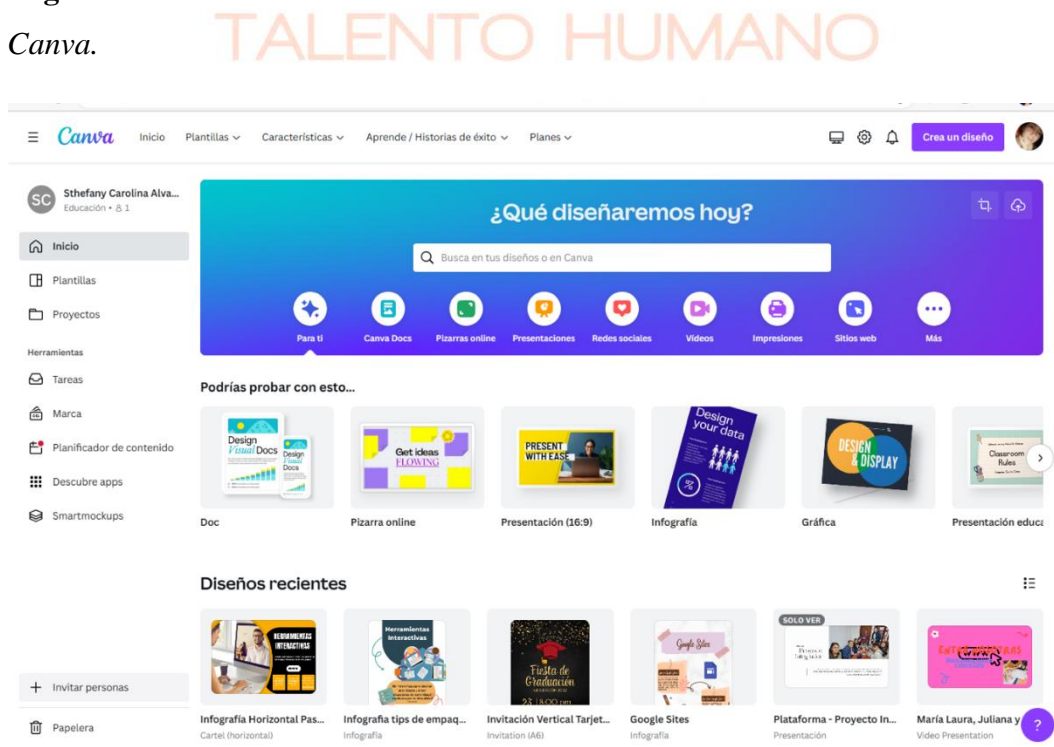


*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Canva:** Es una plataforma gratuita en línea donde puedes diseñar presentaciones, páginas web e infografías, además de piezas gráficas para tus redes sociales.

**Figura 29.**

*Canva.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Google:** Es un buscador completamente automatizado que utiliza programas de software denominados "rastreadores web" para explorar la Web periódicamente en busca de páginas que pueda añadir a su índice.

**Figura 30.**

*Google.*

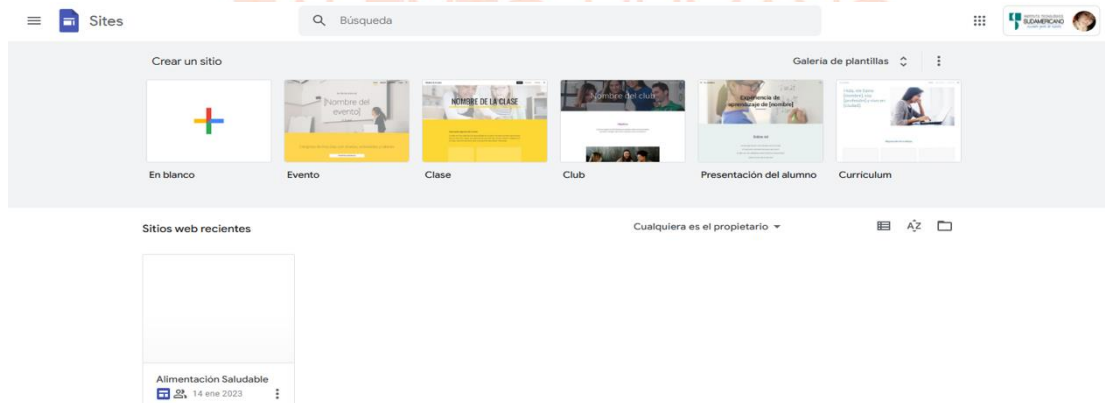


*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Google Sites:** Aplicación gratuita que pone a disposición de los usuarios Google para que puedan crear sus webs de manera sencilla, práctica y gratis. Se puede personalizar, añadir un dominio y crear una página desde cero de manera eficaz.

**Figura 31.**

*Sites.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

### 7.13. Importancia de Herramientas Interactivas

La implementación de la tecnología en la educación ha mejorado la forma en la que se imparten las clases, así como los conocimientos de los alumnos. Del mismo modo, ha ayudado en la organización de las clases. A continuación, te contamos los beneficios del uso de estas herramientas en las clases virtuales:

1. **Desarrollo de proyectos:** Con el ingreso de estas herramientas, los estudiantes pueden desarrollar proyectos dinámicos desde la computadora.
2. **Creatividad:** El uso de las herramientas virtuales en clases genera que los alumnos piensen creativamente para resolver problemas y retos de la vida real.
3. **Trabajo en equipo:** El dinamismo que se genera en las clases con las herramientas virtuales invita a que los alumnos trabajen en equipo para intercambiar ideas.
4. **Desarrollo de Habilidades socioemocionales:** Herramientas como Minecraft Education Edition, Flipgrid, Kahoot y Seppo, permiten que nuestros estudiantes desarrollen habilidades socioemocionales como la empatía, la comunicación asertiva, la toma de decisiones, etc.
5. **Gamificación:** Somos pioneros en gamificación y a través de Softwares educativos hacemos que nuestros alumnos aprendan como jugando.

TALENTO HUMANO

#SoydelSuda

**Figura 32.**

*Importancia de las herramientas interactivas.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Figura 33.**

*Importancia de las herramientas interactivas.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

## **7.14. Beneficios de Herramientas Interactivas**

Los movimientos, colores, sonidos o storytelling son recursos que convierten a las animaciones en un método explicativo relevante. Sus principales beneficios en la educación e-learning son:

### ***7.14.5. Captan mayor atención, mejoran el rendimiento y evitan las distracciones:***

La capacidad de atención de los alumnos es generalmente corta. Además, muchos de ellos encuentran aburrido y poco interesante el método tradicional de lectura. La animación y la interactividad no solo llama, sino que mantiene la atención de los usuarios evitando que se distraigan con todo aquello que sucede a su alrededor.

### ***7.14.6. Simplifican la información compleja:***

Otro de los beneficios de recursos e-learning como animaciones, ejercicios interactivos o master class interactivas como parte del plan de estudios es que ayudan a enseñar conceptos abstractos o ilustrar algo que es difícil de entender. A menudo los alumnos pueden perder el interés muy rápidamente cuando se enfrentan a términos complejos de comprender.

### ***7.14.7. Fomentan la retención:***

El aprendizaje basado en e-learning también ayuda a mejorar la capacidad de retención de los alumnos. Y es que, en mayor o menor medida, lo cierto es que las animaciones llegan a la mayoría de los estudiantes porque en ellas se pueden implementar diferentes tipos de métodos de enseñanza en un solo vídeo.

### ***7.14.8. Ideales para introducir nuevos conceptos:***

Generalmente la introducción de nuevos conceptos suele ser en ocasiones complicada, especialmente si los alumnos no tienen ningún conocimiento previo.

Los recursos online simplifican las ideas y los conceptos facilitando el entendimiento y aprendizaje de los mismos.



#### 7.14.9. *Se pueden elaborar con un coste reducido*

De primeras hablar de e-learning puede invitar a pensar que el coste de producción es elevado. Sin embargo, por el contrario, es rentable y ayuda ahorrar tiempo. Piense que un minuto de vida puede contener la misma información que más de un millón de palabras, por lo que resulta un acelerador del aprendizaje.

#### **Figura 34.**

*Beneficios de herramientas interactivas.*



*Nota.* Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.

#### **7.15. Plataformas virtuales**

Las plataformas virtuales son utilizadas para variedad de usos. En general, es una base que está a cierta altura o algo que ayuda de soporte, pudiendo este ser físico o simbólico. El uso más común del término virtual está vinculado a lo ya existente que puede ser de forma aparente o simulada y mas no físicamente. Entonces una plataforma virtual es un sistema que permite la acción en diversos entornos enfocadas en variedad de aplicaciones, dando a los usuarios una

posibilidad de acceder por medio del internet a su uso, facilitando sus trabajos, informes, etc.

**Figura 35.**

*Plataformas virtuales.*



*Nota.* Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.

### 7.15.5. Importancia

Las plataformas virtuales han generado varios cambios significativos para el aprendizaje y enseñanza en el medio, donde se producen diferentes paradigmas en el proceso de enseñanza, debido al uso intensivo de todos los medios tecnológicos aplicaciones informáticas que facilitan procedimientos y ayudan a reducir tiempo de dichas actividades. Sabiendo que estos procesos en la antigüedad eres imposibles o muy difícil realización.

Las plataformas virtuales son softwares que facilitan la gestión de cursos a través de internet, este tipo de programas se instalan en el servidor de la institución que proveerá al servicio a su comunidad.

Permiten en su mayoría, adaptarse a las necesidades de los alumnos y profesores a su vez, buscan ser intuitivos y amigables para facilitar su uso ofreciendo una navegabilidad clara y homogénea en todas sus páginas. La finalidad



de cada plataforma dependerá de las necesidades que tengan los usuarios y las instituciones que las requieran, sin embargo, el objetivo universal de estos es facilitar procesos de enseñanza y aprendizaje en los estudiantes; en algunos casos se restringe su utilidad al punto de facilitar contenidos y materiales por medio de un gestor que los identifique y difunda. (Ignite, 2020)

**Figura 36.**

*Importancia de las plataformas virtuales.*



Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.

**7.16. Beneficios**

Su uso ofrece una serie de ventajas o beneficios en el apoyo de la enseñanza y aprendizaje. Fueron creadas especialmente para servir de apoyo en los contextos educativos, estas facilitan la interacción, el acceso a los contenidos, asesorías en distintos momentos y lugares de forma sincrónica y asincrónica según se requiera, no es un espacio físico sin embargo es un espacio virtual en el que se produce la interacción entre participantes de una actividad en común. Este tipo de tecnología han cambiado la percepción y la forma de ver y recibir la educación y ha provocado cambios significativos en los roles tanto de las instituciones, como docentes y los mismos estudiantes. (ACODECO, s.f.)

Existen muchos beneficios, en cuanto a aprendizaje, educación, emprendimientos, presentaciones, etc, estos no pueden faltar:

- **Personalización y flexibilidad:** la plataforma ha de permitir personalizar los contenidos al plan de estudios del centro o escuela, así como a los objetivos académicos de cada docente.
- **Compatibilidad con SCORM:** esto va a ahorrar mucho tiempo en la preparación de las lecciones.
- **Usabilidad:** seleccione una plataforma intuitiva y funcional que todos van a poder emplear sin impedimentos.
- **Herramientas:** contrate aquella que le ofrezca mucha variedad de funcionalidades para tenerlo todo en el mismo sitio.
- **Interactividad y gamificación:** para conseguir un aula participativa y amena con alumnos motivados.
- **Evaluación:** diferentes modalidades para evaluar a los alumnos para que elija el que mejor se adapte a sus necesidades.
- **Analítica:** la recopilación de datos ofrece valiosa información que puede usar, por ejemplo, para fortalecer las lecciones en las que los estudiantes tienen dificultades.

**Figura 37.**

*Beneficios de plataformas virtuales.*



*Nota.* Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.

## 7.17. Plataformas de uso de Talento Humano

### 7.17.5. Plataforma SITES:

Google Sites es una aplicación online que permite crear un sitio web de grupo de una forma sencilla. Con Google Sites los usuarios pueden reunir en un único lugar y de una forma rápida información variada, incluir vídeos, calendarios, presentaciones, archivos adjuntos y texto.

#### Figura 38.

Vista de la plataforma Sites.



Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.

TALENTO HUMANO

#### Las características principales de Google Site son:

- Personaliza la interfaz del sitio para que tenga una apariencia similar a la de tu grupo o proyecto.
- Crea una nueva subpágina haciendo clic en un botón.
- Elige de entre una lista creciente de tipos de página: página web, anuncios, archivador.
- Centraliza información compartida: incrusta contenido multimedia en cualquier página (vídeos; documentos, hojas de cálculo y presentaciones de Google Docs) y sube archivos adjuntos.
- Administra la configuración de permisos para que el sitio sea tan privado o se pueda modificar tanto como tú desees.

- Busca en el contenido de Google Sites con la tecnología de búsqueda de Google

**Figura 39.**

*Características de las herramientas interactivas.*



*Nota.* Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.

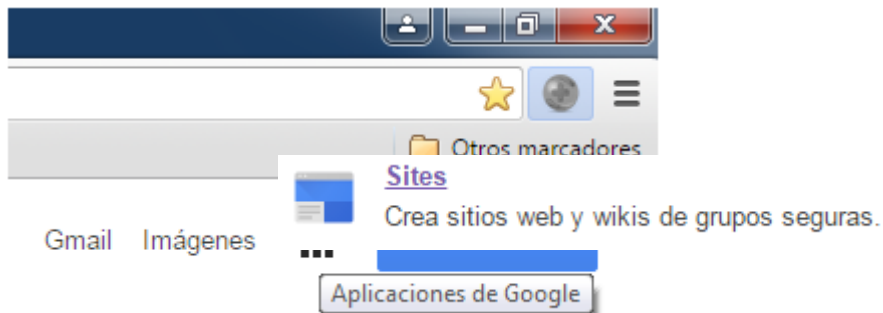
## Uso

Cuenta con diferentes plantillas y diseños, además de la posibilidad de delegar roles administrativos a los miembros del equipo. Para acceder a la plataforma Sites se lo puede hacer por medio de los siguientes pasos:

- En tu ordenador, abre la nueva versión de Google **Sites**.
- En la parte superior, en "Crear un sitio", selecciona una plantilla.
- Haz los cambios que quieras en el sitio.
- Para publicar los cambios, en la parte superior derecha, haz clic en Publicar.

Para crear un sitio web con Google Sites necesitas tener una cuenta de correo gmail. Si ya tienes dicha cuenta entra en [www.google.es](http://www.google.es) y haz clic sobre el icono de "Aplicaciones de

Google".



En el desplegable que aparece, haz clic sobre el botón "**Más**", aparecerá otro desplegable donde deberás hacer clic en el botón "**Aún más de Google**". Aparecerá una página con una serie de aplicaciones de Google, ahora selecciona la aplicación "**Sites**".

En la ventana que aparece debes de poner tu dirección de correo de gmail, su correspondiente contraseña y hacer clic en el botón "**Acceder**".



Aparece una ventana donde hay que poner:

- El **nombre del sitio** que debe estar relacionado con los contenidos a publicar. Este nombre aparecerá en el encabezado de todas las páginas.
- La dirección que tendrá la página web en Internet (**RLU**). El nombre de la RLU también estará relacionado con el contenido de la página pero dependerá de su disponibilidad. Si el nombre no está disponible prueba a agregarle algún número.
- El **código mostrado**.

Y hacemos clic en el botón "**Crear sitio**".



Finalmente aparece la ventana del sitio web creado que será similar a la siguiente.



- 1. Componentes:**
2. Para muchas personas que tienen su propio negocio, diseñar una página web no es precisamente un campo en el que se sienten especialmente cómodos. Pero si quieres que tu negocio online sea un éxito, hay algunos elementos propios de una página web que no deberías olvidar.
3. Para realizar un buen sitio web se necesita y es de mucha ayuda tener en cuenta los siguientes elementos:
4. **Navegación por tu página web:** Una vez estés preparado para tener un sitio web hecho y derecho, asegúrate de usar etiquetas de navegación claras y precisas para las páginas adicionales.
5. **Paleta de colores de la página web:** Es un elemento fundamental para una web de éxito. Selecciona una paleta de colores que exprese los colores de tu empresa. Si aún no has seleccionado los tonos, no hay problema. Los



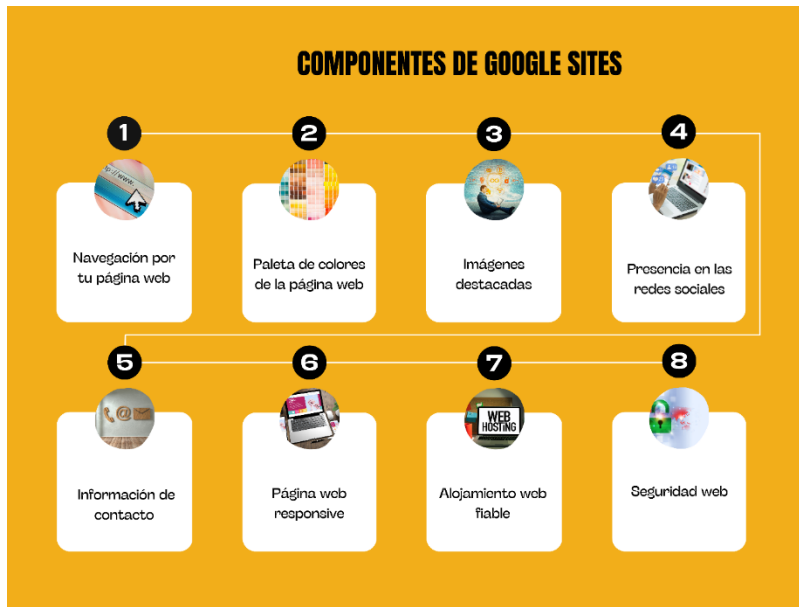
sitios web son como un lienzo en blanco que siempre se puede modificar si algo no funciona. Prueba varias opciones diferentes a ver qué color funciona mejor.

6. **Imágenes destacadas:** Selecciona cuidadosamente aquellas imágenes y fotos que expresen las líneas generales de tu negocio y de tu marca.
7. **Presencia en las redes sociales:** Usar plataformas como Facebook, Twitter, Instagram y Pinterest es indispensable para un negocio online emergente. El hecho de incluir enlaces a tus perfiles de redes sociales en tu página web permite compartir su contenido, te ayuda a llegar a tus clientes y atrae visitas a tu sitio web.
8. **Llamada a la acción:** Como vas a empezar con una sola página, el contenido debe ser atractivo y efectivo desde el minuto cero. No necesitas páginas que hablen sobre tu estrategia empresarial y objetivos a largo plazo: solo tienes una oportunidad para causar una buena impresión.
9. **Información relevante sobre tu negocio:** Asegúrate de detallar en la página toda la información empresarial sobre tu negocio. Lo último que te hace falta es crear un sitio web bonito y omitir detalles de gran valor.
10. **Información de contacto:** Es fácil perderse en la diversión de diseñar una página web atractiva. Buscas colores llamativos, música, reproductores multimedia, todo lo que encuentras por ahí. ¿Recuerdas lo que he comentado sobre las virguerías? No son necesarios para que un sitio web destaque.
11. **Página web responsive:** Tu web debe tener una versión móvil. Además, es una buena forma de ir escalando en los motores de búsqueda para cuando estés preparado para lanzar tu sitio web.
12. **Alojamiento web fiable:** Te conviene un plan que crezca contigo o uno que tenga posibilidad de mejora. Haz una búsqueda y selecciona una buena plataforma de hosting (que además tenga servicio de atención al cliente 24/7). Lo último que necesitas es que aparezcan grietas en los cimientos y que tu proveedor de servicios no te pueda dar una solución rápida.
13. **Seguridad web:** se pueden conseguir certificados SSL gratuitos, que no están mal para un sitio web que empieza. A medida que crezca tu negocio, puede que necesites contemplar otras opciones, aunque cualquier momento

es bueno para empezar a velar por la seguridad de tus clientes y de tu negocio.

**Figura 40.**

*Componentes de google sites.*

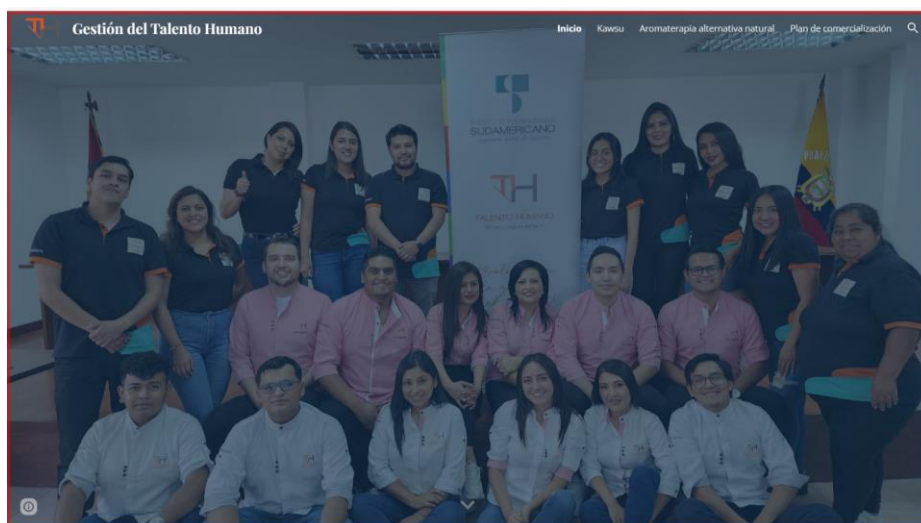


*Nota.* Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.

## 7.18. Plataforma – Proyecto Integrador

**Figura 41.**

*Vista uno de la plataforma del proyecto integrador.*



*Nota.* Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.



**Figura 42.**

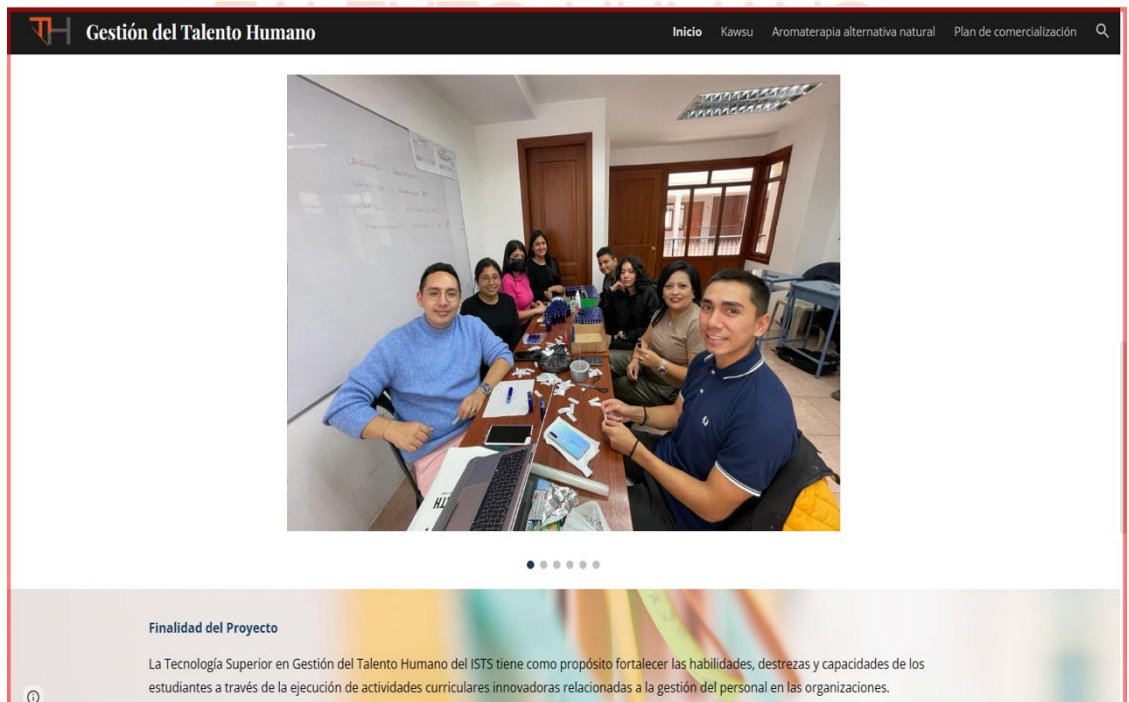
*Vista dos de la plataforma del proyecto integrador.*



*Nota.* Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 43.**

*Vista tres de la plataforma del proyecto integrador.*



*Nota.* Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.

**Figura 44.**

*Vista cuatro de la plataforma del proyecto integrador.*



*Nota.* Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.

TALENTO HUMANO  
#SoydelSuda

## 7.19. Encuesta de satisfacción (KAWSU)

### 7.19.5. ¿Considera usted que el producto KAWSU como nueva alternativa de aromaterapia contribuye a mejorar el rendimiento laboral de las personas?

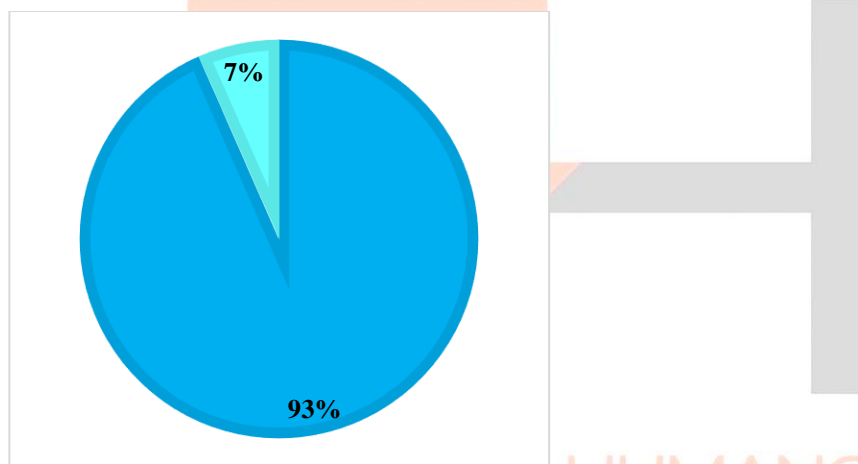
**Tabla 17.**  
*Influencia en el rendimiento laboral*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	199	93%
No	14	7%
<b>Total</b>	<b>213</b>	<b>100%</b>

*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

### Figura 45.

*Aceite de vainilla.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

### **Cualitativa**

La recolección de datos indica que la gran mayoría de personas encuestadas si cree que “KAWSU” influye en el rendimiento laboral; mientras que una pequeña cantidad de personas estimó que el producto no influye en su rendimiento laboral. Por ese motivo se concluye que “KAWSU” si incidió significativamente en el rendimiento en el trabajo de los consumidores.

### **Cuantitativa**

La recolección de datos indica que el 93% de personas encuestadas si considera que “KAWSU” influye en el rendimiento laboral mientras que el 7% estimó que el producto no influye en su rendimiento laboral. Por ese motivo se

concluye que “KAWSU” si incidió significativamente en el rendimiento en el trabajo de los consumidores.

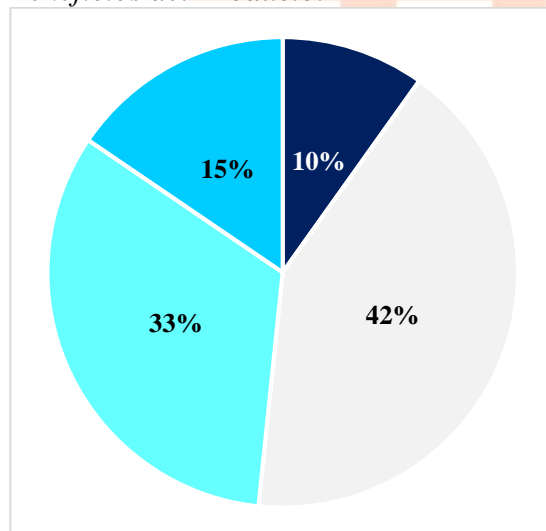
**7.19.6. ¿De los siguientes beneficios del producto, por cuál usted optaría para mejorar su estado de salud emocional?**

**Tabla 18.**  
*Beneficios del producto.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Antiviral	21	10%
Relajante	89	42%
Serenidad	70	33%
Equilibrio	33	15%
<b>TOTAL</b>	<b>213</b>	<b>100%</b>

*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Figura 46.**  
*Beneficios del Producto.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Cualitativa**

La mayoría de las personas encuestadas optaron por un beneficio más relajante. así mismo otra parte prefirió un beneficio de serenidad, en una pequeña cantidad prefirió el equilibrio y finalmente una menor cantidad eligió un beneficio antiviral

**Cuantitativa**

En base a la encuesta realizada se obtuvo los resultados siguientes con un 42% de personas encuestadas afirmaron tener un beneficio más relajante, un 33% manifestó que lo hacen por tener un beneficio de serenidad, Así mismo un 15 %

respondió que dio un beneficio de equilibrio, y finalmente en menores cantidades con el 10% supieron mencionar que trae un beneficio antiviral.

### 7.19.7. ¿Cuál fue el aroma de su preferencia del producto?

**Tabla 19.**

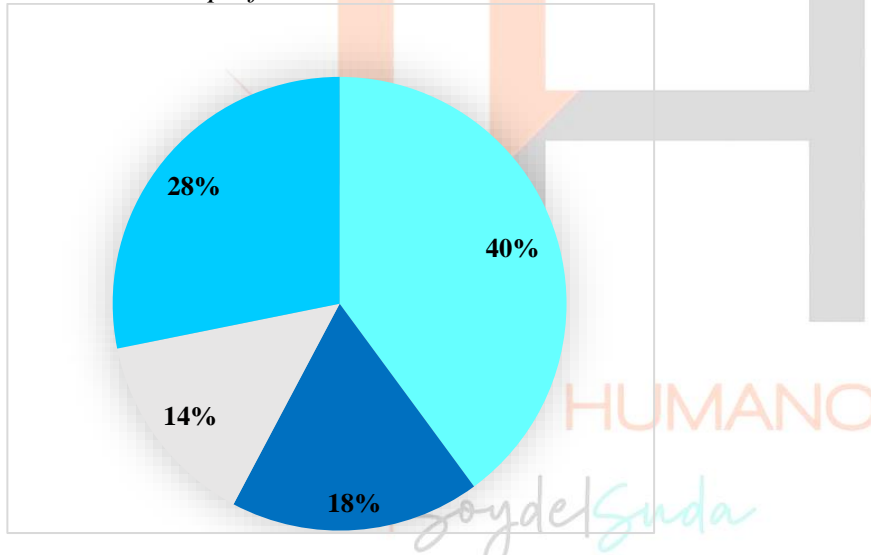
*El aroma de su preferencia*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Aceite de lavanda	85	40%
Aceite de canela	38	18%
Aceite de mandarina	30	14%
Aceite de vainilla	60	28%
<b>Total</b>	<b>213</b>	<b>100%</b>

*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Figura 47.**

*El aroma de su preferencia.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

### **Cualitativa**

Mediante la recolección de datos, se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados dieron a conocer que su esencia favorita fue la esencia de lavanda, y otros se decidieron por la esencia de vainilla, siendo estos las dos esencias favoritas, mientras que la esencia de canela y mandarina fueron los menos favorecidos. Por lo cual es necesario implementar más esencias.

Concluyendo con la encuesta realizada a las personas, podemos hacer énfasis de que la esencia de lavanda y vainilla sigan teniendo mayor impacto en la distribución.

### **Cuantitativa**

A través de esta encuesta se obtuvo que la esencia de lavanda de “KAWSU” tuvo un gran impacto con el 40% mientras que la esencia de vainilla fue de 28% el aceite de canela alcanzó el 18% y por último el aceite de mandarina obtuvo el 14%.

Concluyendo con la encuesta realizada a las personas, podemos hacer énfasis de que las esencias de lavanda y vainilla sigan teniendo mayor impacto en la distribución.

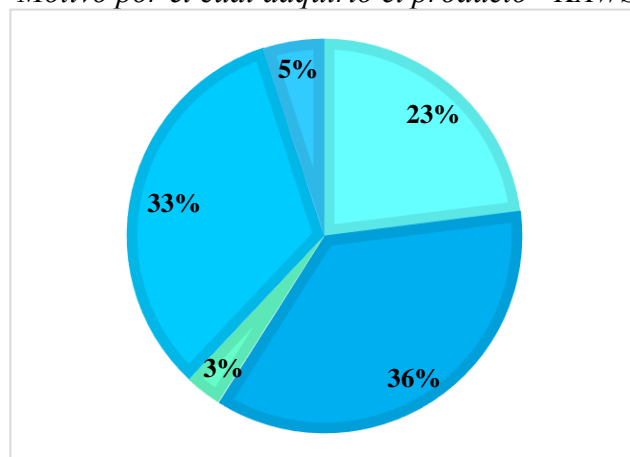
#### **7.19.8. ¿Qué le motivó adquirir el producto?**

**Tabla 20.**  
*Motivo por el cual adquirió el producto “KAWSU”.*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Salud</b>	49	23%
<b>Bienestar</b>	77	36%
<b>Precio</b>	6	3%
<b>Curiosidad</b>	70	33%
<b>Otros</b>	11	5%
<b>Total</b>	213	100%

*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Figura 48.**  
*Motivo por el cual adquirió el producto “KAWSU”.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

### **Cualitativa**

Mediante la recolección de datos, se pudo evidenciar que la mayoría de los encuestados dieron a conocer que el motivo por el cual adquirieron el producto “Kawsu” fue por bienestar, así mismo otra parte lo adquirieron por curiosidad, mientras otra parte de encuestados los eligieron por salud, en una pequeña cantidad

lo adquirió por el precio y finalmente una mínima cantidad adquirió el producto “Kawsu” por otros motivos.

**Cuantitativa**

En base a la encuesta realizada se obtuvo los siguientes resultados, el motivo por la cual adquirieron el producto “Kawsu” fue por bienestar con un 36 %, así mismo otra parte lo adquirió por curiosidad con 33 %, mientras que otra parte de los encuestados lo eligieron por salud con 23% en una pequeña cantidad lo adquirió por el precio con un 3% y finalmente con un 5% que fue por otros motivos.

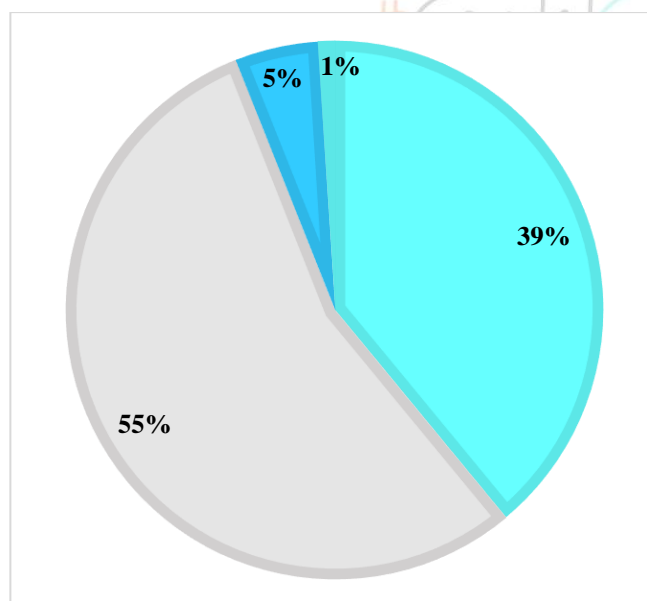
**7.19.9. ¿En comparación con otros productos que están disponibles en el mercado, ¿Dirías que KAWSU es?**

**Tabla 21.**  
*Nivel de calidad del producto “KAWSU”.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	83	39%
Bueno	117	55%
Regular	11	5%
Malo	2	1%
<b>Total</b>	213	100%

*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Figura 49.**  
*Nivel de Calidad del producto “KAWSU”.*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

### **Cualitativa.**

Según la mitad de las personas encuestadas afirman que KAWSU ha sido parcialmente bueno mientras que menos de la mitad aseguran que el producto resultó excelente, en cuanto a la minoría opinó que el té es un tanto regular y a su vez dos personas confirman que el producto es malo. Por lo que se entiende que hay que hacer cambios en cuanto a agregar más sabores.

### **Cuantitativa**

Según la encuesta, el 55% % afirman que el producto es bueno, el 39% aseguran que KAWSU es un excelente producto, el 5% que el té es regular, mientras que el 1% confirma que el aceite esencial es malo. Por ende, se ha logrado analizar que las personas que compraron el Aceite esencial les ha resultado un producto consumible y mayormente aceptable en comparación a otros productos que están en el mercado, dándole así una gran acogida a “KAWSU”.

#### **7.19.10. ¿Considera usted que el precio estuvo acorde con el producto y con los beneficios que trae consigo?**

**Tabla 22.**

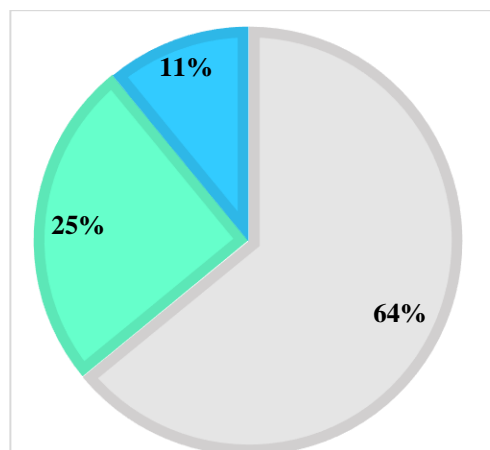
*Precio del producto*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Normal</b>	179	64%
<b>Muy caro</b>	29	25%
<b>Barato</b>	5	11%
<b>TOTAL</b>	213	100%

*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Figura 50.**

*Precio del producto.*





Nota. *Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

### **Cualitativa**

La mayoría de las personas encuestadas dio a conocer que el precio de Kawsu es normal en el mercado, mientras que en mediana cantidad afirman que el precio es muy caro y finalmente en una menor cantidad aseguran que el precio es barato.

### **Cuantitativa**

A través de la correcta estructuración y recolección de datos se tiene como el resultado que el 64% de personas encuestadas afirmaron que el producto Kawsu está en un precio normal, mientras que el 25% aseguran que el precio está muy caro y por último el 11% consolidan que es barato.

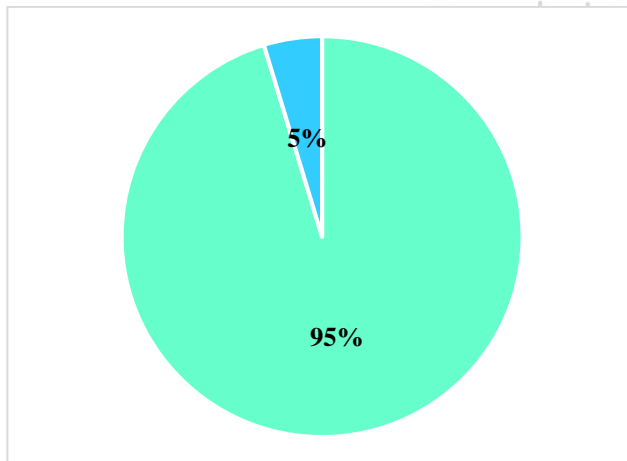
#### **7.19.11. Recomendaría nuestro producto a la ciudadanía**

**Tabla 23.**  
*Recomendaría nuestro producto.*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>SI</b>	203	95%
<b>NO</b>	10	5%
<b>TOTAL</b>	213	100%

Nota. *Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Figura 51.**  
*Recomendaría nuestro producto.*



Nota. *Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

### ***Cualitativa***

La mayor parte de los encuestados si recomendaría nuestro producto porque es saludable y muy fácil de usar en nuestro entorno o área donde estemos por lo que el resto de encuestados no lo recomendaría ya que su precio es elevado y difícil de usar.

### ***Cuantitativa***

El 95% de los encuestados afirma que recomendaría nuestro producto a las personas mientras que el 5% no recomendaría nuestro producto a la población.

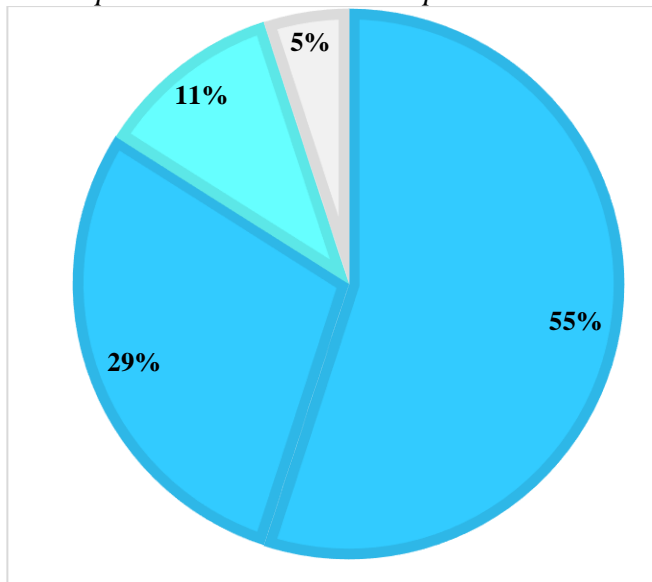
#### ***7.19.12. ¿Por qué red social te enteraste del producto?***

**Tabla 24.**  
*Medio para el conocimiento del producto*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Whatsapp</b>	73	55%
<b>Facebook</b>	39	29%
<b>Instagram</b>	14	11%
<b>Tik-Tok</b>	6	5%
<b>Total</b>	213	100%

*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Figura 52.**  
*Medio para el conocimiento del producto*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

### **Cualitativa**

La recolección de datos indica que la gran mayoría de personas encuestadas se enteró de la existencia del producto “KAWSU” mediante Whatsapp, un menor porcentaje lo conoció a través de Facebook, mientras que una pequeña cantidad de personas se informó mediante Instagram y Tik-Tok.

### **Cuantitativa.**

La recolección de datos indica que el 55% de personas encuestadas se enteró de la existencia del producto “KAWSU” mediante Whatsapp, el 29% lo conoció a través de Facebook, mientras que el 14% y el 6% de personas se informó mediante Instagram y Tik-Tok respectivamente.

#### **7.19.13. Del 1 al 5. Califique la calidad de nuestro producto**

**Tabla 25.**

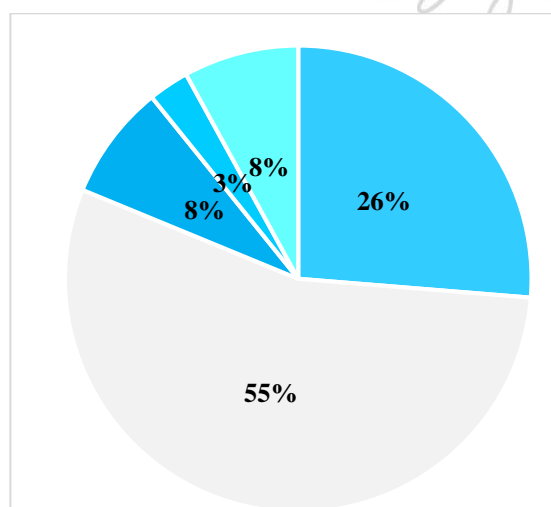
*Calidad de nuestro producto*

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Excelente	56	26%
Bueno	117	55%
Regular	17	8%
Malo	6	3%
Muy malo	17	8%
<b>TOTAL</b>	<b>213</b>	<b>100%</b>

*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

**Figura 53.**

*Calidad de nuestro producto. #SoydelSuda*



*Nota. Estudiantes de Gestión del talento humano, 2023.*

### ***Cualitativa***

La mayor parte de los encuestados califica nuestro producto como bueno la cuarta parte de los encuestados lo califican como excelente la tercera parte de los encuestados lo califica como regular y la otra tercera parte lo califica como muy malo y el restante de los encuestados lo califica como malo.

### **Cuantitativa**

El 55% de los encuestados califica nuestro producto como bueno el 26% lo califica como excelente el 8% lo califica como regular el otro 8% lo califica como muy malo y 3% lo califica como malo.



## 8. PRESUPUESTO

### 8.1. Kawsu - ingresos

**Tabla 26.**

*Presupuesto de Ingresos.*

	DETALLE	V/. UNIT.	CANT.	V/. TOTAL
<b>Capital Inicial</b>	Los estudiantes de la Tecnología Superior en Gestión de Talento Humano, aportaran un capital Inicial \$15,00. Diurno / Nocturno / Extraordinario TOTAL DE ESTUDIANTES 63	\$15,00	63	\$945,00
<b>Proyección de Ventas</b>	<b>KAWSU</b> Kit de aceites esenciales	\$12,00	189	\$2.268,00
	<b>TOTALDE INGRESOS</b>			<b>\$3.213,00</b>
	** El valor del CAPITAL está sujeto a variación de acuerdo con el número de estudiantes matriculados; la PROYECCIÓN DE VENTA de la misma manera, además puede variar ante el número de demandantes del producto y al volumen de ventas.			

*Nota.* Docente responsable de la información financiera, 2023.

### 8.11. Kawsu - cálculo del precio de venta al público (pvp)

**Tabla 27.**

*Determinación de P.V.P KAWSU.*

PRESENTACIÓN 1 – KIT DE ACEITES ESENCIALES / 4 AROMAS		Valor Unitario
<b>Materiales directos e indirectos</b>		
10 ml Aceite de Lavanda		1,25
10 ml Aceite de Mandarina		1,25
10 ml Aceite de Menta		1,25
10 ml Aceite de Manzanilla		1,25
Recipiente de cristal		0,47
<b>Packaging</b>		1,50
<b>Total, de materiales directos</b>		<b>\$ 6,97</b>
		\$ 1,77

#### MANO DE OBRA DIRECTA

Pago por etiquetado y presentación de KAWSU a los estudiantes de las carreras participantes, tiempo de producción 1 hora.

(Nota este rubro no se cancela, por ser un proyecto de carrera, pero sin embargo se estima por ser un elemento del costo.)

<b>Total de mano de obra directa</b>	\$ 1,77
<b>Total de costos y gastos de producción</b>	<b>\$ 8,74</b>
<b>31,00 % utilidad</b>	\$ 3,26
<b>PRECIO DE VENTA PUBLICO (P.V.P)</b>	<b>\$ 12,00</b>

*Nota.* Docente responsable de la información financiera, 2023.

## 8.12. Resultados esperados

- Generar propuestas de proyectos innovadoras con fines de acreditación de la carrera.
- Partiendo de las tendencias relacionadas a la gestión de personal crear modelos de negocio como una nueva alternativa de desarrollo personal y profesional.
- Diseñar espacios de aprendizaje práctico experimental en donde los estudiantes de la carrera apliquen los conocimientos adquiridos en su proceso de formación.
- Promover alternativas que contribuyan a mejorar el desempeño laboral y la eficiencia dentro de los entornos laborales.
- Desarrollar competencias transversales que fortalezcan su profesionalismo de los futuros profesionales del Talento humano.
- Desarrollar competencias personales y profesionales en base a las necesidades identificadas en el mercado laboral del manejo de personal en una organización.
- Definir estrategias de conocimiento de fácil alcance y aplicación que garanticela formación profesional y el aporte hacia los diferentes entornos laborales con meta social.

## 9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

FASE DE EJECUCIÓN	SEMANA	FECHA – HORA	ACTIVIDAD PARA CUMPLIR	CARRERA RESPONSABLE	CICLO ACADÉMICO	DOCENTE RESPONSABLE
<b>ORGANIZACIÓN</b>		30-09-2022	Planificación general del proyecto Distribución de responsabilidades Determinación de objetivos específicos por cada ciclo académico	Gestión del Talento Humano	-	Lic. Johana Córdova, Mgs.Ing. Karina Castillo, Mgs. Ing. Arturo Bravo, Mgs. Ab. Pedro Jaramillo, Mgs. Ing. Joffre Sarmiento, Mgs. Ing. Jackson Quevedo, Mgs.
	SEMANA 06	Lunes 07 al Sábado 12 – 11-2023	Fecha de pago del CAPITAL DE PROYECTO 15,00 USD CAPITAL	Gestión del Talento Humano	Todos los estudiantes participantes de la carrera Diurno A / B	Lic. Johana Córdova, Mgs.Ing. Karina Castillo, Mgs.
		Viernes 11-11-2022 18H00	Pago de anticipo proveedor Aceites esenciales ALIVINATU Recipientes de vidrio Guayaquil	Gestión del Talento Humano	-	Lic. Johana Córdova, Mgs.Ing. Karina Castillo, Mgs.
	SEMANA 07	Lunes 14-11-2022	ESTUDIO DE MERCADO Definición del nicho de mercado para KAWSU #EquilibrioLaboral	Gestión del Talento Humano	Primero ONLINE	Ing. María Cristina Moreira, Mgs.
		Miércoles 16-11-2022 17H00	Reunión para levantar MARCA Transversalidad Diseño Gráfico ISTS	Gestión del Talento Humano	-	Lic. Johana Córdova, Mgs. Ing. Joffre Sarmiento, Mgs.
<b>PRODUCCIÓN</b>	SEMANA 08	Martes 22-11-2022	Definición de MARCA Packaging	Gestión del Talento Humano	-	Lic. Johana Córdova, Mgs.

---

Miércoles 23-  
11-2022

Socialización de marca  
Definición de logo

Gestión del Talento  
Humano

Docentes tutores

Lic. Johana Córdova, Mgs.

---



TALENTO HUMANO

#Soyde|Suda



Sugerencias para plan de promoción y publicidad

Sábado 26-11-2022 08H00 – 17h00	TALLER DE CAPACITACIÓN AROMATERAPIA Aromaterapia – Aceites Esenciales Elaboración, usos y beneficios ALIVINATU – Dra. Carmita Jara	Gestión del Humano Gastronomía	Talento	Todos los estudiantes participantes de la carrera Diurno Nocturno A / B	Ing. Karina Castillo, Mgs.Ing. Arturo Bravo, Mgs.
---------------------------------------	--	-----------------------------------	---------	---	--

SEMANA 09	Martes 29-11-2022	Definición de Logos positivo / negativo Línea gráfica proyecto Herramientas visuales	Gestión del Humano	Talento	-	Lic. Johana Córdova, Mgs.
-----------	----------------------	--	--------------------	---------	---	---------------------------

Miércoles 30-11-2022	Troquelado de marca VISIONART – Loja Caja de entrega LASER PRINT - Loja	Gestión del Humano	Talento	-	Lic. Johana Córdova, Mgs.
-------------------------	--	--------------------	---------	---	---------------------------

Viernes 02-12-2022	Inicio de campaña de promoción y publicidad KAWSU #EquilibrioLaboral Campaña de expectativa de producto Herramientas visuales solo marca	Gestión del Humano	Talento	-	Lic. Johana Córdova, Mgs. Ing. Joffre Sarmiento, Mgs.
-----------------------	---	--------------------	---------	---	--

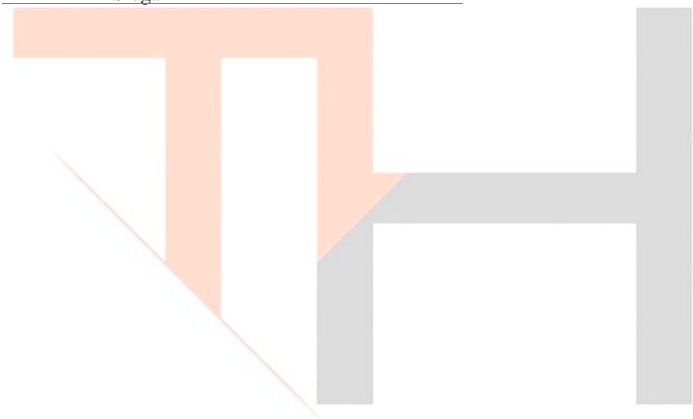
SEMANA 11	Lunes 12-12-2022	Diseño y elaboración del Plan de Bienestar Natural - AROMATERAPIA Delimitar estructura Levantar información Diseñar documento completo	Gestión del Humano	Talento	Quinto Nocturno B	Ing. Joffre Sarmiento, Mgs.
-----------	---------------------	---	--------------------	---------	-------------------	-----------------------------

Definición de FILOSOFÍA DEL Talento Cuarto  
PRODUCTO Gestión del Humano Diurno

Ab. Pedro Jaramillo, Mgs.

KAWSU #EquilibrioLaboral

- ✓ Definición del producto
  - ✓ Colores de marca
  - ✓ Origen de nombre
- Slogan



TALENTO HUMANO

#SoydelSuda

- ✓ Presentación
- ✓ Estructura del producto
- ✓ Beneficios
- ✓ Aportes

Martes 13-12-2022	Recepción del producto Manejo de inventarios Elaboración de actas entrega recepción	Gestión del Talento Humano	Tercero Diurno	Ing. Karina Castillo, Mgs.
Miércoles 14-12-2022 Jueves 15-12-2022	Elaborar los kits de aromaterapia laboral KAWSU #EquilibrioLaboral Pesar, Empaquetar y Armar el producto	Gestión del Talento Humano	Tercero Cuarto Quinto	Lic. Johana Córdova, Mgs.Ing. Karina Castillo, Mgs. Ing. Arturo Bravo, Mgs.
	Fotografías Grabación de reels Memorias	Gestión del Talento Humano		Ing. Joffre Sarmiento, Mgs. Ing. Jackson Quevedo, Mgs.
Viernes 16-12-2022 Sábado 17-12-2022	Entrega de producto KAWSU #EquilibrioLaboral	Gestión del Talento Humano	Tercero Diurno	Lic. Johana Córdova, Mgs.Ing. Karina Castillo, Mgs. Ing. Arturo Bravo, Mgs.
	Fotografías Grabación de reels Memorias	Gestión del Talento Humano		Ing. Joffre Sarmiento, Mgs. Ing. Jackson Quevedo, Mgs.

SEMANA 12	Lunes 19-12-2022	Campaña de promoción y publicidadKAWSU #EquilibrioLaboral Herramientas visuales Estrategia de marketing mix para posesionar el producto en el mercado. Utilizar redes sociales oficiales y motivara los estudiantes a compartir y difundir la información	Gestión del TalentoHumano	Quinto Nocturno B	Ing. Joffre Sarmiento, Mgs. Ing. Jackson Quevedo, Mgs.
	Miércoles 21-12-2022	Ventas Publicidad de los productos en la página del proyecto	Gestión del TalentoHumano	Toda la carrera	Lic. Johana Córdova, Mgs.Ing. Karina Castillo, Mgs. Ing. Arturo Bravo, Mgs. Ab. Pedro Jaramillo, Mgs. Ing. Joffre Sarmiento, Mgs. Ing. Jackson Quevedo, Mgs.
	Jueves 22-12-2022	Atención de clientes a través de plataformas tecnológicas			
	Viernes 23-12-2022				
SEMANA 14	Lunes 02-01-2023	Levantamiento de propuestas de acciones base a horarios de cada asignatura involucrada:	Gestión del TalentoHumano		
	Martes 03-01-2023	1. Estudio de mercado – Determinación de target para comercialización del producto.		1. PRIMERO Online	Ing. María Cristina Moreira, Mgs.
	Miércoles 04-01-2023	2. Diseño de una nueva alternativa de salud emocional en entornos laborales a través de la aromaterapia para el equilibrio físico y emocional de		2. CUARTO Nocturno B	Ing. Joffre Sarmiento, Mgs
	Jueves 05-01-2023				

---

Viernes  
06-01-2023

los colaboradores de una  
organización.

---



TALENTO HUMANO

#SoydelSuda

Sábado  
07-01-2023

3. Filosofía del producto / KAWSU  
#EquilibrioLaboral.
  - Definición del producto
  - Colores de marca
  - Origen de nombre
  - Slogan
  - Presentación
  - Estructura del producto
  - Beneficios
  - Aportes
4. Plan de comercialización digital a través de nuevas plataformas digitales para marketing mix que contribuyan a posicionar a KAWSU #EquilibrioLaboral como una alternativa de bienestar emocional natural dentro de los entornos laborales.
5. Manejo de inventarios, existencias, ventas y devoluciones en el proceso productivo de KAWSU #EquilibrioLaboral.
6. Evaluación de satisfacción – análisis de resultados cuantitativos y cualitativos
7. Documento académico
8. Evidencia fotográfica  
Video de memorias

3. CUARTO Diurno Ab. Pedro Jaramillo, Mgs.
4. QUINTO Nocturno B Ing. Jackson Quevedo, Mgs.
5. TERCERO Diurno / Ing. Karina Castillo, Mgs.
6. TERCERO Diurno / Ing. Karina Castillo, Mgs.Lic.  
Patricia Sanmartín
7. QUINTO Nocturno B Ing. Arturo Bravo, Mgs. Ing.
8. Extraordinario  
Karina Castillo, Mgs.  
Ing. Jackson Quevedo, Mgs.

<b>EJECUCIÓN</b>	SEMANA 15	Lunes 09-01-2023 Martes 10-01-2023	Aplicación de EVALUACIÓN DE GESTIÓN del Talento SATISFACCIÓN Humano	Cuarto Nocturno B	Ing. Jackson Quevedo, Mgs.	
	SEMANA 16	Sábado 14-01-2023	Entrega de PROPUESTAS DE ACCIÓN para insertar en el DOCUMENTO ACADÉMICO en base a lo especificado en la SEMANA 13	Gestión del Talento Humano	Toda la carrera	Ing. Arturo Bravo, Mgs. DOCENTES RESPONSABLES
		Lunes 16-01-2023 Martes 17-01-2023 Miércoles 18-01-2023	Recolección del dinero de ventas con el TESORERO DE CURSO Deposito tutores de curso Entrega Ing. Karina Castillo, Mgs.	Gestión del Talento Humano	Todos los estudiantes participantes	Ing. Karina Castillo, Mgs. TUTORES DE CURSO
		Viernes 20-01-2023	Entrega del DOCUMENTO ACADÉMICO a la coordinación de carrera considerando la estructura de la COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN para proceder a la revisión.	Gestión del Talento Humano	-	Ing. Arturo Bravo, Mgs.
	SEMANA 17	Lunes 23-01-2023	Elaboración del informe económico Informe de resultados de venta	Gestión del Talento Humano	-	Lic. Johana Córdova, Mgs. Ing. Karina Castillo, Mgs.
		Martes 24-01-2023	Desarrollo del VIDEO MEMORIAS con las evidencias recabadas del desarrollo del PROYECTO INTEGRADOR	Gestión del Talento Humano	Tercero Cuarto Quinto / Nocturno B	Ing. Joffre Sarmiento, Mgs. Ing. Jackson Quevedo, Mgs.

	Miércoles 25-01-2023	Organización de las exposiciones de las PROPUESTAS DE ACCIÓN – Cada tutor deberá organizar fechas y temas específicos para proceder a la calificación.	Gestión del Talento Humano	Toda la carrera	Lic. Johana Córdova, Mgs.Ing. Karina Castillo, Mgs. Ing. Arturo Bravo, Mgs. Ing. Joffre Sarmiento, Mgs. Ing. Jackson Quevedo, Mgs. Ing. María Cristina Moreira, Mgs. Lic. Patricia Sanmartín.
SEMANA 18	Viernes 27-01-2023	Estructura del poster científico en basea las indicaciones de la COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN.	Gestión del Talento Humano	-	Ing. Jackson Quevedo, Mgs.
	Lunes 30-01-2023	Devolución del CAPITAL a los estudiantes participantes. Calculo y devolución de las UTILIDADES a los estudiantes Documentos para evidencia	Gestión del Talento Humano	-	Ing. Karina Castillo, Mgs.
	Martes 31-01-2023	Levantamiento del INFORME COMPLETO DEL PROYECTO INTEGRADOR previo a la presentación ante las autoridades	Gestión del Talento Humano	-	Lic. Johana Córdova, Mgs.
	Miércoles 01-02-2023	Estructura del programa para EXPOSICIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR	Gestión del Talento Humano	-	Lic. Johana Córdova, Mgs. Ing. Karina Castillo, Mgs. Ing. Arturo Bravo, Mgs. Ing. Joffre Sarmiento, Mgs. Ing. Jackson Quevedo, Mgs.ç
	Jueves 02-02-2022	Levantamiento de informe financiero final para presentación de resultados al consejo Directivo	Gestión del Talento Humano	-	Lic. Johana Córdova, Mgs.Ing. Karina Castillo, Mgs.



**CIERRE**

SEMANA  
19

Miércoles  
08-02-2023

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS AL Consejo Directivo  
Informe completo de CUMPLIMIENTO DE METAS ACADÉMICAS y ECONÓMICAS planteadas en el proyecto del presente periodo académico.

Gestión del Talento Humano -

Lic. Johana Córdova, Mgs.  
Ing. Karina Castillo, Mgs. Ing.  
Arturo Bravo, Mgs. Ing. Joffre  
Sarmiento, Mgs.  
Ing. Jackson Quevedo, Mgs.



TALENTO HUMANO

#SoydelGnda

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Benalcázar, E. Y. (2019). *La aromaterapia en el control de la ansiedad del paciente odontológico*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6060/1/LA%20AROMATERAPIA%20EN%20EL%20CONTROL%20DE%20LA%20ANSIEDAD%20DEL%20PACIENTE%20ODONTOLOGICO.%20UNIVERSIDAD%20NACIONAL%20DE%20CHIMBORAZO%2C%202018.pdf>
- Correa Martín, L., Castellanos, G., García Lindo, M., Díaz Güemes, I., Piñero, A., Sánchez, M., & Francisco, M. (2014). *Hipertensión intraabdominal: consecuencias sobre la circulación esplácnica. Estudio preliminar en un modelo de ascitis*. Obtenido de <https://www.osalan.euskadi.eus/informacion/psikoprebenconsecuencias/s94-contpsik/es/>
- Hurtado, L. Y. (01 de Enero de 2018). *Efecto de los aceites esenciales en los síntomas emocionales de la ansiedad, depresión y estrés una revisión literaria*. Obtenido de <https://repository.udca.edu.co/bitstream/handle/11158/920/Zuluaga%20Ramirez.pdf;jsessionid=6FE991C6F76C825C60AFCFCB33A4A6CF?sequence=1>
- Hurtado, L. Y. (2018). *Efecto de los aceites esenciales en los síntomas emocionales de la ansiedad, depresión y estrés una revisión literaria*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6060/1/LA%20AROMATERAPIA%20EN%20EL%20CONTROL%20DE%20LA%20ANSIEDAD%20DEL%20PACIENTE%20ODONTOLOGICO.%20UNIVERSIDAD%20NACIONAL%20DE%20CHIMBORAZO%2C%202018.pdf>
- InfoJobs. (18 de Febrero de 2016). *Aromaterapia en el trabajo: un truco para ser más eficientes*. Obtenido de <https://recursos-humanos.infojobs.net/aromaterapia-aceites-esenciales-empresa>

Jiménez, B. M. (2011). *Factores y riesgos laborales psicosociales: conceptualización, historia y cambios actuales*. Obtenido de <https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sciarttext&pid=S0465-546X2011000500002>

Cuídate plus, (09 de octubre del 2015) *Aromaterapia*. Datos recopilados de: <https://cuidateplus.marca.com/belleza-y-piel/diccionario/aromaterapia.html>

Miño, J.S., (2023). Psicoterapia y Formación Clínica: *Técnicas de respiración para reducir la ansiedad*. Recuperado de <https://centroarbol.cl/noticias/reducir-la-ansiedad/#:~:text=Toma%20aire%20lenta%20y%20profundamente,%C2%ABdesinflando%C2%BB%20suavemente%20el%20abdomen>

Burgess, P., Romito, K., Husney, A., & Maldonado. Ch., (2022). Cigna. *Manejo de estrés: Como hacer meditación*. Recuperado de <https://www.cigna.com/es-us/knowledge-center/hw/temas-de-salud/manejo-del-estr-s-uz2240>

TALENTO HUMANO

#SoydelSuda

## 11. CONCLUSIONES

- Después de que se completó el estudio de mercado, el producto KAWSU ha ganado mucha aceptación entre las muchas provincias de la zona 7. Esto se debe a su gran calidad e importancia en el ámbito laboral, además, de la promoción adecuada en las redes sociales, que lo han ayudado a mantener la rentabilidad y lograr ventas comerciales exitosas.
- Cabe destacar que a través de webinars informativos se adquirieron los conocimientos básicos necesarios para desarrollar las estrategias requeridas para fortalecer e impulsar la nueva marca e imagen de KAWSU.
- Al utilizar la aromaterapia como técnica natural para el equilibrio físico y emocional de los empleados de una organización, se logró brindar una nueva opción para la salud mental en los ambientes laborales.
- Se logró desarrollar un kit para aromaterapia para mejorar el bienestar y productividad de los empleados en su lugar de trabajo, con aceites esenciales con beneficios físicos, mentales y emocionales.
- De acuerdo con el plan de comercialización utilizando nuevas plataformas digitales se logró posicionar a KAWSU como una alternativa natural de bienestar emocional en los entornos laborales.
- Finalmente, se difundió los resultados del producto KAWSU, cumpliendo las metas previstas para un equilibrio vida-trabajo enfocado en el bienestar de los empleados a través de nuevas opciones naturales que apoyen el bienestar y la productividad de los empleados de una organización.

## 12. RECOMENDACIONES

- Se recomienda para cada lanzamiento de producto considerar la creación de un estudio de mercado utilizando las diversas herramientas de información disponibles en la actualidad, que permiten recopilar datos más precisos sobre las preferencias y gustos de los consumidores
- Se recomienda aumentar el número de talleres de capacitaciones para que los alumnos que participen en el proyecto integrador conozcan bien las ventajas del producto.
- Se recomienda que los compañeros de trabajo tomen descansos activos de sus trabajos y sigan las rutinas diarias por la mañana para crear un espacio de meditación donde se puedan recibir energías positivas.
- Se recomienda mejorar dar a conocer los resultados del ejercicio práctico, ya que eso demuestra el emprendimiento es otra alternativa que pueden realizar los estudiantes cuando terminen su carrera tecnológica en Gestión del Talento Humano.
- Se recomienda a los colaboradores realizar pausas activas en sus puestos de trabajo, realizando rutinas diarias en la mañana para obtener un espacio de meditación donde podamos recibir buenas energías
- Para posicionar a KAWSU como una alternativa natural para el bienestar emocional en entornos laborales, se recomienda que los videos educativos se adapten a la estrategia de marketing y se utilicen en plataformas digitales.

## 13. ANEXOS

### Anexo 1.

*Formato de técnica de investigación aplicada.*

#### Encuesta

La siguiente encuesta tiene como finalidad determinar la demanda de la ciudad de Loja para la Aromaterapia y adquirir aceites esenciales como una nueva alternativa de bienestar personal y laboral de los individuos. Le solicitamos de la manera más comedida se digne dar respuesta a las siguientes preguntas, para lo cual preciso de su información veraz y confiable:

**Marque con una X la respuesta correcta**

#### 1. Edad:

- Menos de 25 años ( )
- 26- 36 años ( )
- 37- 47 años ( )
- Más de 48 años ( )

#### 2. Nivel de Ocupación

- Empleado Público ( )
- Empleado Privado ( )
- Estudiante ( )
- Ama de casa ( )
- Jubilado ( )

#### 3. ¿Ha escuchado sobre las propiedades relajantes de un aceite natural?

SI ( ) NO ( )

#### 4. ¿Le gustaría utilizar la aromaterapia como una alternativa para mejorar su estado emocional?

SI ( ) NO ( )

#### 5. Qué tipo de aceite estaría dispuesto a probar para su salud?

- Antidepresivo ( )
- Relajante ( )
- Equilibrio ( )
- Serenidad ( )

Antiviral ( )

Energético ( )

**6. ¿Con qué frecuencia utiliza aceites esenciales?**

Diariamente ( )                      Semanalmente ( )

Mensualmente ( )                      Semestralmente ( )

**7. Qué aspecto considera usted al momento de comprar un aceite esencial con fines de salud?**

Presentación ( )

Diseño ( )

Precio ( )

Beneficios ( )

**8. Qué tipo de envase usted consideraría ideal para la presentación y conservación de un aceite esencial?:**

Envase de vidrio ( )

Envase de plástico ( )

Envase de cartón ( )

**9. ¿Le gustaría que los aceites esenciales sean comercializados con beneficios de bienestar emocional y salud?:**

SI ( )                      NO ( )

**10. Qué le gustaría que incluya un pack de aceites esenciales?**

Instrucciones ( )

Varios beneficios ( )

Fragancias ( )

Caja de madera ( )

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de 4 variedades de aceites esenciales?**

\$ 12,00 a \$14,00 ( )

\$ 15,00 a \$17,00 ( )

\$ 18.00 a \$20.00 ( )

**12. Qué tipo de distribución es la óptima para comercializar un aceite esencial con beneficios de salud?**

Venta personalizada ( )

Venta en línea ( )

Locales comerciales ( )

**13. ¿En qué punto de venta le gustaría adquirir un pack de aceites esenciales para beneficio de la salud humana?**

Instituto Sudamericano ( )

Supermercados ( )

Tiendas ( )

Visitas personalizadas ( )

**14. A través de qué red social preferiría conocer las propiedades para mejorar la salud con una variedad de aceites esenciales?**

Facebook ( )

Instagram ( )

Twitter ( )

WhatsApp ( )

TikTok ( )

*Gracias por su colaboración*

TALENTO HUMANO

#SoydelSuda



## **Anexo 2.**

*Acta de cierre de proyecto integrador.*

### **ACTA DE CIERRE DE PROYECTO INTEGRADOR**

En la ciudad de Loja, siendo las 10:00 horas del viernes, 10 de febrero de 2023, se reúnen mediante la plataforma meet autoridades, docentes y estudiantes que conforman la carrera de Gestión de Talento Humano, del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano, con el propósito de tratar el siguiente orden del día:

- Socializar resultados del proyecto integrador periodo octubre 2022 – febrero 2023.
- Firma de acta, estableciendo el cierre del proyecto integrador del semestre octubre 2022 – febrero 2023.
- Clausura.

**PUNTO UNO:** La coordinadora de la carrera de Gestión del Talento Humano del ISTS, Lic. Nancy Johana Córdova Tobar, Mgs. procede a socializar los proyectos elaborados, dando a conocer los resultados obtenidos en los servicios ofertados en el semestre octubre 2022 – febrero 2023.

**PUNTO DOS:** Tanto docentes, como alumnos, de acuerdo al informe presentado acuerdan que el cierre del proyecto integrador es el mismo que se ha cumplido al 100% en sus objetivos.

**PUNTO TRES:** Una vez presentados los resultados y realizado el cierre del proyecto integrador del semestre octubre 2022 – febrero 2023 se procede a la clausura de la reunión.

Para constancia de lo antes mencionado firman en unidad de acto, docentes y presidente de la carrera.


.....  
**COORDINADORA DE LA TECNOLOGÍA**

.....  
**SECRETARIA**

.....  
**DOCENTE ISTS**

**Anexo 3.**

*Matriz de seguimiento proyecto integrador.*

 Departamento de <b>INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</b>		<b>MATRIZ DE SEGUIMIENTO DE ACTIVIDADES CUMPLIDAS EN PROYECTO</b> <b>INTEGRADOR DE CARRERA</b>			 INSTITUTO TECNOLÓGICO <b>SUDAMERICANO</b> <i>Hacemos gente de talento!</i>	
TEMA DEL PROYECTO: .....						
DOCENTES RESPONSABLES: .....						
ACTIVIDAD				REVISIÓN		
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA	AVANCE %	RESPONSABLE	FECHA	FIRMA
Determinación del Problema						
Planteamiento de la Problemática						
Elaboración de la Justificación						
Planteamiento de Objetivos						
Recopilación del Marco Teórico						
Formulación de Metodología						
Propuesta de Acción o Desarrollo						
Elaboración del Presupuesto						
Presentación final del Proyecto						
<b>PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO</b>						

#SoydelSuda

.....  
 Lic.Johanna Córdova , Mgs.

**Docente responsable**

.....  
 Ing. María Cristina Moreira, Mgs.



**COOR. DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN**

.....  
 Ing. Patricio Villamarín C, Mgs.

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

**Anexo 4.**

*Matriz resumen evaluativa.*

 <p>Departamento de <b>INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN</b></p>	<p><b>MATRIZ DE RESUMEN EVALUATIVA</b></p>			 <p>INSTITUTO TECNOLÓGICO <b>SUDAMERICANO</b> <i>Hacemos gente de talento!</i></p>
<p><b>SEMESTRE: OCTUBRE 2022 - FEBRERO 2023</b></p>				
<p><b>CARRERA:</b>.....</p>				
<p><b>TEMA DEL PROYECTO</b></p>				
<p><b>INTEGRADOR:</b>.....</p>				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METODOLOGÍA	PROPUESTA DE ACCIÓN	EVALUACIÓN	RESULTADOS OBTENIDOS

TALENTO HUMANO

#SoydeSuda

.....  
Lic. Johanna Córdova. Mgs

**COORDINADORA DE CARRERA**

.....  
Ing. María Cristina Moreira, Mgs.

**COORDINADORA DE INVESTIGACIÓN  
E INNOVACIÓN**

.....  
Lic. Paulina Martínez. Mgs..

**VICERRECTORA  
ACADÉMICO**

## Anexo 5.

### Informe Final Económico.



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUDAMERICANO  
*Hacemos gente de Talento!*

#### PROYECTO INTEGRADOR SEMESTRE OCTUBRE 2022 – FEBRERO 2023 INFORME ECONÓMICO



TALENTO HUMANO  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

CARRERA	TS GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
Producto ofertado por la carrera	KAWSU
Número de estudiantes que intervinieron por proyecto:	67
(+) Cuota cobrada para el proyecto (Inversión):	\$1005,00
(+) Ingreso venta del proyecto integrador:	\$2520,00
(=) Total de ingresos inversión + ventas	<b>\$3525,00</b>
(-) Costos y gastos del del proyecto:	\$1134,77
(-) Devolución de inversión a los estudiantes	\$1005,00
(=) Utilidad del proyecto integrador	<b>\$1385,23</b>
<b>Valor de la utilidad entregada por estudiante</b>	\$20,98
(-) Valor transferido por utilidades	1384,68
(=) Sobrante de Transferencias	\$0,55 (Valor en coordinación)
Saldo otorgado al departamento financiero:	
<b>Total Transferido a estudiantes:</b>	\$2389,68
Inversión	<b>\$1005,00</b>
Utilidades	<b>\$1384,68</b>
Valor devuelto a cada estudiante	<b>\$35,98</b>
Inversión	<b>\$15,00</b>
Utilidades	<b>\$20,98</b>
Responsable por parte del ISTS del manejo de los recursos:	Ing. Karina Castillo, Mgs.
Responsable por parte de los estudiantes de la carrera	Srta. Ericka Guamán
delegada del cobro y recaudación:	

Nota. Docente responsable de la elaboración de los informes económicos, 2023.

#SoydelSuda

## Anexo 6.

*Detalle informe económico.*

<b>CAPITAL INICIAL</b>	
67 estudiantes de la tecnología superior en Gestión del Talento Humano aportaron el capital para iniciar con las operaciones económicas con el valor de \$15,00 c/u	\$1 005,00
<b>Documento de respaldo: Informe individual de los tutores de las carreras.</b>	
<b>Registro de pago de capital</b>	
<b>Total capital inicial</b>	<b>\$1 005,00</b>

*Nota.* Docente responsable de la elaboración de los informes económicos, 2023.

## Anexo 7.

*Venta de productos.*

<b>INGRESOS</b>		
<b>N° de Kawsu vendidos</b>	<b>Valor unitario (PVP)</b>	<b>Valor total</b>
213 productos	\$12,00	\$2556.00
<b>Total ingresos</b>		<b>\$2556.00</b>

*Anexo 2. Registro de pagos*

*Nota.* Docente responsable de la elaboración de los informes económicos, 2023.

## Anexo 8.

*Egresos y gastos.*

<b>EGRESOS Y GASTOS</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
Egresos de producción, empaquetado y comercialización	\$1134,77
<b>Total egresos</b>	<b>\$1134,77</b>

*Documento de respaldo: facturas, recibos, notas de venta, etc.*

*Nota.* Docente responsable de la elaboración de los informes económicos, 2023.

## Anexo 9.

*Cuentas por cobrar.*

<b>CUENTAS POR COBRAR</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor total</b>
1 Estudiantes no cancelan el valor de los productos entregados de \$ 12,00 cada uno (36 pax)	\$36,00
<i>Anexo 4. Listado de cuentas por cobrar</i>	
<b>Total egresos</b>	
<b>\$36,00</b>	

*Documento de respaldo: Listado de cuentas por cobrar*

*Nota.* Docente responsable de la elaboración de los informes económicos, 2023.

## Anexo 10.

### Resumen de utilidad neta.

RESUMEN DE LA UTILIDAD NETA	
Detalle	Valor total
Total Ingresos por ventas	\$2 520,00
(-) Costos y gastos	\$1 134,77
<b>Utilidad Neta del ejercicio</b>	<b>\$1 385,23</b>
<i>Documento de respaldo: Registro de ventas, estado de cuenta, listado de estudiantes deudores</i>	

Nota. Docente responsable de la elaboración de los informes económicos, 2023.

## Anexo 11.

### Utilidad a estudiantes.

UTILIDAD A ESTUDIANTES	
Detalle	Valor total
La distribución de utilidades se desarrolló para los estudiantes 66 que cancelaron el proyecto a tiempo.	\$1 385,23
<b>Total de Utilidades</b>	<b>\$1 385,23</b>
<i>Documento de respaldo: Facturas, recibos, notas de venta, etc.</i>	

Nota. Docente responsable de la elaboración de los informes económicos, 2023.

## Anexo 12.

### Utilidad a estudiantes.

UTILIDAD A ESTUDIANTES			
Detalle	Valor total utilidades	Número de estudiantes	Valor de Utilidad
La distribución de utilidades se desarrolló para los 58 estudiantes que cancelaron el proyecto a tiempo.	\$1 385,23	66	\$20,98

*Documento de respaldo: Transferencias efectuadas a estudiantes*

Nota. Docente responsable de la elaboración de los informes económicos, 2023.

### Anexo 13.

Total de devuelto/ transferencias y efectivo por estudiante.

TOTAL DE DEVUELTO/ TRANSFERENCIAS Y EFECTIVO POR ESTUDIANTE	
Detalle	Valor total
Valor devuelto a cada estudiante	\$35.98
Capital + Utilidades	
<b>Inversión \$15,00</b>	
<b>Utilidades \$20,98</b>	
<b>Total de Capital + Utilidades</b>	<b>\$35.98</b>

Documento de respaldo: Transferencias

Atentamente,

.....  
Ing. Karina A. Castillo, Mgs.  
**DOCENTE DE LA TS EN GESTIÓN  
DEL TH - ISTS**

.....  
Ericka Guamán  
**ESTUDIANTE DE LA TS EN  
GESTIÓN DEL TH - ISTS**

### Anexo 14.

Registro del Capital inicial semestre octubre 2022 – febrero 2023.

Registro del Capital inicial semestre octubre 2022 – febrero 2023. KAWSU					
Detalle	Comprobante	# Estudiantes	V/. Unit. Aportado	V/. Total	
Tercer ciclo diurno A	Transferencia	11	\$15,00	\$165,00	
Cuarto ciclo diurno A	Transferencia	6	\$15,00	\$90,00	
Cuarto ciclo nocturno B	Transferencia	7	\$ 15,00	\$105,00	
Quinto ciclo diurno B	Transferencia	19	\$ 15,00	\$285,00	
Periodo Extraordinario	Transferencia	24	\$ 15,00	\$360,00	
<b>Total de capital inicial</b>		<b>67</b>		<b>\$1005,00</b>	

**Anexo 15.**

*Control de inventarios-proyecto integrador producto "kawsu".*

<b>CONTROL DE STOCK</b>										
<b>TARJETA KARDEX</b>										
<b>ARTÍCULO: KAWSU</b>										
<b>U/MEDIDA: CAJAS</b>		<b>CANT. MAX: 215</b>								
<b>METÓDO: PROMEDIO PONDERADO</b>		<b>CANT. MIN: 0</b>								
<b>FECHA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>ENTRADAS</b>			<b>SALIDAS</b>			<b>EXISTENCIAS</b>		
		<b>CANT.</b>	<b>V/UNIT.</b>	<b>V/TOTAL</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/UNIT.</b>	<b>V/TOTAL</b>	<b>CANT.</b>	<b>V/UNIT.</b>	<b>V/TOTAL</b>
18/12/2022	P/r. Elaboracion de cajas (aromaterapia)	215	\$5,27	\$1.133,05				215	\$5,27	\$1.133,05
18/12/2022	P/r. Entrega Sara Aguirre				3	\$5,27	\$15,81	212	\$5,27	\$1.117,24
18/12/2022	P/r. Entrega Jordan Herrera				3	\$5,27	\$15,81	209	\$5,27	\$1.101,43
18/12/2022	P/r. Entrega Cristian Celi				6	\$5,27	\$31,62	203	\$5,27	\$1.069,81
18/12/2022	P/r. Entrega Franklin Alvarado				3	\$5,27	\$15,81	200	\$5,27	\$1.054,00
18/12/2022	P/r. Entrega Freddy Calle				3	\$5,27	\$15,81	197	\$5,27	\$1.038,19
18/12/2022	P/r. Entrega Manuel Campoverde				3	\$5,27	\$15,81	194	\$5,27	\$1.022,38
18/12/2022	P/r. Entrega Angel Carrion				3	\$5,27	\$15,81	191	\$5,27	\$1.006,57
18/12/2022	P/r. Entrega Kerly Iñiguez				6	\$5,27	\$31,62	185	\$5,27	\$974,95
18/12/2022	P/r. Entrega Elsa Antun				6	\$5,27	\$31,62	179	\$5,27	\$943,33
18/12/2022	P/r. Entrega Karol Aguilar				3	\$5,27	\$15,81	176	\$5,27	\$927,52
18/12/2022	P/r. Entrega Jhon Vega				3	\$5,27	\$15,81	173	\$5,27	\$911,71
18/12/2022	P/r. Entrega C15:C66Lilian Lndi				3	\$5,27	\$15,81	170	\$5,27	\$895,90
18/12/2022	P/r. Entrega Ericka Guaman				3	\$5,27	\$15,81	167	\$5,27	\$880,09



18/12/2022	P/r. Entrega Lisbeth Ordoñez	3	\$5,27	\$15,81	164	\$5,27	<b>\$864,28</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Adriana Bayancela	3	\$5,27	\$15,81	161	\$5,27	<b>\$848,47</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Josemy Valarezo	3	\$5,27	\$15,81	158	\$5,27	<b>\$832,66</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Daniel Lucin	3	\$5,27	\$15,81	155	\$5,27	<b>\$816,85</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Patricia Narvaez	3	\$5,27	\$15,81	152	\$5,27	<b>\$801,04</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Rosa Paladines	3	\$5,27	\$15,81	149	\$5,27	<b>\$785,23</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Delgica Flores	3	\$5,27	\$15,81	146	\$5,27	<b>\$769,42</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Victoria Carrion	3	\$5,27	\$15,81	143	\$5,27	<b>\$753,61</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Jackeline Chinchay	3	\$5,27	\$15,81	140	\$5,27	<b>\$737,80</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Jessica Chicay	3	\$5,27	\$15,81	137	\$5,27	<b>\$721,99</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Diego Zapata	3	\$5,27	\$15,81	134	\$5,27	<b>\$706,18</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Mayra Herrera	3	\$5,27	\$15,81	131	\$5,27	<b>\$690,37</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Deyby Gaona	3	\$5,27	\$15,81	128	\$5,27	<b>\$674,56</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Javier Rodriguez	3	\$5,27	\$15,81	125	\$5,27	<b>\$658,75</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Jessenia Gordillo	6	\$5,27	\$31,62	119	\$5,27	<b>\$627,13</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Jennifer Encalada	3	\$5,27	\$15,81	116	\$5,27	<b>\$611,32</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Paul Gualazaqui	3	\$5,27	\$15,81	113	\$5,27	<b>\$595,51</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Sandy Leon	3	\$5,27	\$15,81	110	\$5,27	<b>\$579,70</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Carolina Alvarez	3	\$5,27	\$15,81	107	\$5,27	<b>\$563,89</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Cesar Cabrera	3	\$5,27	\$15,81	104	\$5,27	<b>\$548,08</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Mayra Uyaguari	3	\$5,27	\$15,81	101	\$5,27	<b>\$532,27</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Mayra Burguan	3	\$5,27	\$15,81	98	\$5,27	<b>\$516,46</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Liseth Ortega	3	\$5,27	\$15,81	95	\$5,27	<b>\$500,65</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Jazmin Mora	3	\$5,27	\$15,81	92	\$5,27	<b>\$484,84</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Junior Cacay	3	\$5,27	\$15,81	89	\$5,27	<b>\$469,03</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Cecilia Ramon	3	\$5,27	\$15,81	86	\$5,27	<b>\$453,22</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Jenny Jimenez	3	\$5,27	\$15,81	83	\$5,27	<b>\$437,41</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Michelle Tapia	3	\$5,27	\$15,81	80	\$5,27	<b>\$421,60</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Angie Jimenez	3	\$5,27	\$15,81	77	\$5,27	<b>\$405,79</b>



18/12/2022	P/r. Entrega Cristina Pacheco	3	\$5,27	\$15,81	74	\$5,27	<b>\$389,98</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Katherine Maurat	3	\$5,27	\$15,81	71	\$5,27	<b>\$374,17</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Fernanda Iñiguez	3	\$5,27	\$15,81	68	\$5,27	<b>\$358,36</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Gabriela Abad	3	\$5,27	\$15,81	65	\$5,27	<b>\$342,55</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Victor Larreategui	3	\$5,27	\$15,81	62	\$5,27	<b>\$326,74</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Daniel Serrano	3	\$5,27	\$15,81	59	\$5,27	<b>\$310,93</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Johny Fernandez	3	\$5,27	\$15,81	56	\$5,27	<b>\$295,12</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Jazmin Cruz	3	\$5,27	\$15,81	53	\$5,27	<b>\$279,31</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Mishel Torres	3	\$5,27	\$15,81	50	\$5,27	<b>\$263,50</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Jenny Maldonado	3	\$5,27	\$15,81	47	\$5,27	<b>\$247,69</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Jannina Ochoa	3	\$5,27	\$15,81	44	\$5,27	<b>\$231,88</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Ximena Reinoso	3	\$5,27	\$15,81	41	\$5,27	<b>\$216,07</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Evelyn Lalangui	3	\$5,27	\$15,81	38	\$5,27	<b>\$200,26</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Mayra Yunga	3	\$5,27	\$15,81	35	\$5,27	<b>\$184,45</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Mario Daniela Jaramillo	3	\$5,27	\$15,81	32	\$5,27	<b>\$168,64</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Tatiana Castillo	3	\$5,27	\$15,81	29	\$5,27	<b>\$152,83</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Evelyn Villalta	3	\$5,27	\$15,81	26	\$5,27	<b>\$137,02</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Liria Sanmartin	3	\$5,27	\$15,81	23	\$5,27	<b>\$121,21</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Miguel Macas	3	\$5,27	\$15,81	20	\$5,27	<b>\$105,40</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Cristian Capelo	3	\$5,27	\$15,81	17	\$5,27	<b>\$89,59</b>
18/12/2022	P/r. Entrega Alvarado Sarango	3	\$5,27	\$15,81	14	\$5,27	<b>\$73,78</b>
18/12/2022	P/r. Entrega a Coordinación - Promoción	2	\$5,27	\$10,54	12	\$5,27	<b>\$63,24</b>
18/12/2022	P/r. Entrega a Maritza Fajardo	3	\$5,27	\$15,81	9	\$5,27	<b>\$47,43</b>
18/12/2022	P/r. Entrega a Karol Maita	3	\$5,27	\$15,81	6	\$5,27	<b>\$31,62</b>
18/12/2022	P/r. Entrega a Jorge Hurtado	3	\$5,27	\$15,81	3	\$5,27	<b>\$15,81</b>
18/12/2022	P/r. Karina Jaya	3	\$5,27	\$15,81	0	\$0,00	<b>\$0,00</b>



## Anexo 16.

### Registro de costos y gastos KAWSU.

Proveedor	Tipo de comprobante	N~ Comprobante	Detalle	Cant.	V/. Unit.	V/. Total
Decorcake	Factura	34295	Cajas	215	\$0,49	\$ 105,35
Vilcanatu	Factura	7811	Vaselina/aceite de menta	1	\$ 5,55	\$ 5,55
Taxi	Ticket	5001	Pago de taxi	1	\$ 1,36	\$ 1,36
Taxi	Ticket	18978	Pago de taxi	1	\$ 1,26	\$ 1,26
Alivinatu	Factura	97	Esencias	4	\$ 23,80	\$95,20
Austrofarm	Factura	6634	Aceite de vaselina	1	\$19,65	\$19,65
Cuxibamba	Factura	6781	Jeringuilla	8	\$ 0,27	\$ 2,16
Comercial Espinosa	Factura	150	Jarras plasticas	2	\$ 2,50	\$5,00
Austrofarm	Factura	6	Aceite de vaselina	6	\$ 6,55	\$ 39,31
Casa verde	Factura	7980	Esencias	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Alivinatu	Factura	712	Esencias	3	\$ 7,57	\$ 22,70
Icc Internacional	Factura	74665	Botella roll-on azull	862	\$ 0,46	\$ 393,52
Cooperativa LOJA	Factura	55784	Pago de envío	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Luxal Corp	Factura	20229	Carton cartulina	1	\$4,30	\$ 4,30
Luxal Corp	Factura	20324	Papel crepe	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Luxal Corp	Factura	20324	Papel cartulina	1	\$ 2,40	\$ 2,40
Galtor	Factura	7810	Toalla de cocina	1	\$ 3,35	\$ 3,75
Serrano Balcazar	Factura	5910	Alcohol	1	\$ 2,19	\$ 2,19
Taguana Díaz	Nota de venta	1814	Pinzas	3	\$ 0,50	\$ 1,50
Cyberpower Computers	Recibo	1	Impresiones e internet	1	\$ 0,30	\$ 0,30

Ma. Cristhina Cordova	Recibo	2	Elaboración de la marca	1	\$70,00	\$70,00
Cyberpower Computers	Recibo	3	Impresiones	3	\$ 0,05	\$ 0,15
Zermar	Factura	786	Aceite lanolina	1	\$11,00	\$11,00
Visionart	Recibo	186	Etiquetas y adhesivos	70	\$0,12	\$ 70,36
Otros	Recibo	3	Fundas plásticas	1	\$2,26	\$ 2,26
Arturo Bravo	Comp. Transferencia	4	Impresión y empastado del proyecto integrador	1	\$50,00	\$50,00
Burguer Piqueos	Factura	102	Refrigerios	1	\$18,00	\$18,00
Johanna Córdoba	Comp. Transferencia	5	Gastos de exposición de proyectos estudiantes de aula	1	\$195,00	\$195,00
			<b>TOTAL</b>			<b>\$1.134,77</b>

TALENTO HUMANO

#SoydelSuda

**Anexo 17.***Listado de estudiantes (cuentas por cobrar) del proyecto integrador KAWSU.*

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO <i>hacemos gente de talento</i>		LISTADO DE ESTUDIANTES (CUENTAS POR COBRAR) DEL PROYECTO INTEGRADOR KAWSU				TALENTO HUMANO TECNOLOGÍA SUPERIOR		
Nr	CEDULA	APELLIDO	NOMBRE	CICLOS	SEC	P.	# PROD.	VALOR
2	1105480410	Ordoñez Granda	Lizbeth Guissela	Cuarto periodo	D	A	\$ 3,00	\$ 36,00
<b>TOTAL CUENTAS POR COBRAR</b>								<b>\$ 36,00</b>

**Anexo 18.***Listado de estudiantes que han cancelado el proyecto integrador.*

Nr	CEDULA	APELLIDO	NOMBRE	CICLOS	SEC	P.	CAPITAL	# PROD.	V. PAGADO
1	1900893486	Aguilar Castillo	Karol Guisel	Tercer periodo	D	A	\$15,00	3	\$ 36,00
2	1150731063	Aguirre Romero	Sara Thairi	Tercer periodo	D	A	\$15,00	3	\$ 36,00
3	1105146409	Alvarado Alvarado	FranklinStalin	Tercer periodo	D	A	\$15,00	3	\$36,00
4	1900663228	Antun Antuash	ElsaLorena	Tercer periodo	D	A	\$15,00	6	\$72,00
5	1106079823	Calle García	FreddyDaniel	Tercer periodo	D	A	\$15,00	3	\$36,00
6	1150182630	Campoverde Trujillo	ManuelEnrique	Tercer periodo	D	A	\$15,00	3	\$36,00
7	1105400764	Carrion Condoy	Angel Gabriel	Tercer periodo	D	A	\$15,00	3	\$36,00
8	1104862717	Celi Chalan	CristianAntonio	Tercer periodo	D	A	\$15,00	6	\$72,00
9	1105999468	Herrera Leiva	JheysonJordan	Tercer periodo	D	A	\$15,00	3	\$36,00
10	1104985518	Iñiguez Ortega	KerlyRubby	Tercer periodo	D	A	\$15,00	6	\$72,00

11	1150028270	VegaJiron	JhonEmersson	Tercerperiodo	D	A	\$15,00	3	\$36,00	
		<b>TOTALRECAUDADO</b>						<b>\$165,00</b>	<b>42</b>	<b>\$504,00</b>
12	1151009048	BayancelaBahamonde	AdrianaFrancisca	Cuarto periodo	D	A	\$15,00	3	\$36,00	
13	1105766453	GuamanLopez	ErickaLisbeth	Cuarto periodo	D	A	\$15,00	3	\$12,00	
14	0105948780	LandiYumbla	LilianElizabeth	Cuarto periodo	D	A	\$15,00	3	\$36,00	
15	1104787716	LucinSamaniego	DanielMarcos	Cuarto periodo	D	A	\$15,00	3	\$36,00	
16	1105480410	OrdoñezGranda	LizbethGuissela	Cuarto periodo	D	A	\$15,00	3	\$-	
17	1106074519	ValarezoLudeña	JosemyManuel	Cuarto periodo	D	A	\$15,00	3	\$36,00	
		<b>TOTALRECAUDADO</b>						<b>\$90,00</b>	<b>18</b>	<b>\$180,00</b>
18	1105887846	CarrionGudino	Victoria Janeth	Cuarto periodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
19		ChinchayJimenez	Jackeline	Cuarto periodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
20	1900753102	ChicayVera	Yessica Yassenia	Cuarto periodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
21	1900873934	FloresMerino	Delgica Alveania	Cuarto periodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
22	1900617653	NarvaezGranda	Patricia Alexandra	Cuarto periodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
23	0704432061	PaladinesPaladines	Rosa Alejandrina	Cuarto periodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
24	1150607313	ZapataRosario	Diego Paul	Cuarto periodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
		<b>TOTALRECAUDADO</b>						<b>\$105,00</b>	<b>21</b>	<b>\$252,00</b>
25	1104089584	AlvarezRosales	SthefanyCarolina	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
26	1401173859	CabreraAyala	CesarRafael	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
27	1900863695	EncaladaGomez	JeniferStefania	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
28	1150040036	GordilloRiofrio	YesseniaElizabeth	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	6	\$72,00	
29	1104432701	GualsaquiSolorzano	PaulAntonio	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
30	1104155310	JimenezAlvarez	AngiZulay	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
31		JimenezCuenca	JennyDelCisne	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
32	1900815851	CriolloBurguan	MayraSoledad	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
33	1900500651	GaonaGonzalez	DeivyPatricio	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
34	1105248254	HerreraOrdoñez	MayraJessenia	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	
35	1105975294	LeonGuevara	SandyThalia	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00	

36	705655389	MoraJaramillo	YasminDelCarmen	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00
37	704570936	OrtegaSamaniego	LissethJimena	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00
38	705809069	PachecoPerez	MariaCristina	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00
39		RamónBravo	CeciliaElizabeth	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00
40	1900627827	RodriguezPlaza	JavierAlexander	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00
41	1104473176	TapiaEspinoza	RodeMichelle	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00
42	1900888783	CacayRamon	JorgeLuis	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00
43	1104970247	UyaguariLoja	MayraElizabeth	Quintoperiodo	N	B	\$15,00	3	\$36,00
<b>TOTALRECAUDADO</b>							<b>\$285,00</b>	<b>60</b>	<b>\$720,00</b>
44	1105774291	LalanguiPiuri	EvelinDelCarmen	Periodoextraord	N	A	\$15,00	3	\$36,00
45	1900779545	MaldonadoChamba	JennyAlexandra	Periodoextraord	N	A	\$15,00	3	\$36,00
46	1150049425	MauratChamba	KatherineDelCisne	Periodoextraord	N	A	\$15,00	3	\$36,00
47	1104986094	OchoaVelez	JaninaAlejandra	Periodoextraord	N	A	\$15,00	3	\$36,00
48	1105423295	TorresPiuri	CoraimaMishel	Periodoextraord	N	A	\$15,00	3	\$36,00
49	1105683385	YungaLima	MayraLiliana	Periodoextraord	N	A	\$15,00	3	\$36,00
<b>TOTALRECAUDADO</b>							<b>\$90,00</b>	<b>18</b>	<b>\$216,00</b>
50	1104760978	AbadCeli	GabrielaFernanda	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
51	704608173	CapeloPonton	CristhianXavier	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
52	1900803709	CastilloPinto	TatianaAracelly	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
53	1900890383	CruzBerru	JasminElizabeth	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
54	1900719277	FajardoCali	MarixaKatherine	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
55	1900648401	FernandezCajamarca	JohnyJavier	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
56	1900648401	IñiguezMacas	FernandaDelCisne	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
57	1900393545	JayaCastillo	KarinaLilibeth	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
58	1900615616	LarreateguiMorocho	VictorHugo	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
59		MacasSarango	MiguelRonaldo	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
60		Maita	Karol	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00

61	1900904804	ReinosoTorres	XimenaAlexandra	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
62	1900879527	SanmartinOchoa	LiriaRaquel	Periodoextraord	N	A	\$15,00	3	\$36,00
63		SarangoParedes	AlvaroLeonel	Periodoextraord	N	A	\$15,00	3	\$36,00
64	1102950688	SerranoGalindo	DanielEnrique	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
65		HurtadoQuichimbo	JorgeIsmael	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
66	1900799253	Villalta Ordoñez	EvelynNahomy	Periodoextraord	N	B	\$15,00	3	\$36,00
<b>TOTAL RECAUDADO</b>							<b>\$255,00</b>	<b>51</b>	<b>\$612,00</b>
67	1106000282	Jaramillo	Mario	Periodoextraord	D	A	\$15,00	3	\$36,00
<b>TOTAL RECAUDADO</b>							<b>\$15,00</b>	<b>3</b>	<b>\$36,00</b>
<b>TOTAL PROYECTO INTEGRADOR</b>							<b>\$1.005,00</b>	<b>213</b>	<b>\$2.520,00</b>

### Anexo 19.

Acta de devolución de estudiantes.



### ACTA DE DEVOLUCIÓN A ESTUDIANTES (CAPITAL-UTILIDADES) OCTUBRE 2022-FEBRERO 2023



Ciclo:.....

Sección y paralelo:.....

Tutor:.....

Tesorero@:.....

Fecha de entrega del informe:.....

Nr	CEDULA	APELLIDO	NOMBRE	CICLOS	SEC	P.	CAPITAL	UTILIDAD	TOTAL	FIRMA	EVIDENCIA
1	1900893486	Aguilarcastillo	Karolguisel	Tercer periodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98		
2	1150731063	Aguirreromero	Sarathairi	Tercer periodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98		



3	1105146409	Alvaradoalvarado	Franklinstalin	Tercerperiodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98
4	1900663228	Antunantuash	Elsalorena	Tercerperiodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98
5	1106079823	Callegarcía	Freddydaniel	Tercerperiodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98
6	1150182630	Campoverdetrujillo	Manuelenrique	Tercerperiodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98
7	1105400764	Carrioncondoy	Angelgabriel	Tercerperiodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98
8	1104862717	Celichalan	Cristianantonio	Tercerperiodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98
9	1105999468	Herreraleiva	Jheysonjordan	Tercerperiodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98
10	1104985518	Iñiguezortega	Kerlyrubby	Tercerperiodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98
11	1150028270	Vegajiron	Jhonemersson	Tercerperiodo	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98
<b>TOTALADEVOLVER</b>							<b>\$165,00</b>	<b>\$230,78</b>	<b>\$395,78</b>

**Total transferido:**.....

**Firma:**.....

**Anexo 20.**

*Acta de devolución de estudiantes.*



**ACTA DE DEVOLUCIÓN ESTUDIANTES  
(CAPITAL-UTILIDADES)  
OCTUBRE2022-FEBRERO2023**



**Ciclo:**.....

**Sección y paralelo:**.....

**Tutor:**.....

**Tesorero@:**.....

**Fecha de entrega del informe:**.....

Nro.	CEDULA	APELLIDO	NOMBRE	CICLOS	SEC	P.	CAPITAL	UTILIDAD	TOTAL	FIRMA	EVIDENCIA
12	1151009048	Bayancelabahamonde	Adrianafrancisca	CUARTOPERIODO	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98		
13	1105766453	Guamanlopez	Erickalisbeth	CUARTOPERIODO	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98		
14	0105948780	Landiyumbla	Lilianelizabeth	CUARTOPERIODO	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98		
15	1104787716	Lucinsamaniego	Danielmarcos	CUARTOPERIODO	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98		
16	1105480410	Ordoñezgranda	Lizbethguissela	CUARTOPERIODO	D	A	\$15,00	0	\$15,00		
17	1106074519	Valarezoludeña	Josemymanuel	CUARTOPERIODO	D	A	\$15,00	20,98	\$35,98		
<b>TOTALADEVOLVER</b>							<b>\$90,00</b>	<b>\$104,90</b>	<b>\$194,90</b>		

Total transferido:.....

Firma:.....

**Anexo 21.**

*Acta de devolución de estudiantes.*



**ACTA DE DEVOLUCIÓN A ESTUDIANTES  
(CAPITAL-UTILIDADES)  
OCTUBRE 2022-FEBRERO 2023**



Ciclo:.....

Sección y paralelo:.....

Tutor:.....

Tesorer@:.....

Fecha de entrega del informe:.....

Nr	CEDULA	APELLIDO	NOMBRE	CICLOS	SEC	P.	CAPITAL	UTILIDAD	TOTAL	FIMA	EVIDENCIA
18	1105887846	CARRIONGUDINO	VICTORIAJANETH	CUARTOPERIODO	N	B	\$15,00	20,98	\$35,98		

19	0706475076	CHINCHAYJIMENEZ	JACKELINE	CUARTOPERIODO	N	B	\$15,00	20,98	\$35,98
20	1900753102	CHICAYVERA	YESSICAYASSENIA	CUARTOPERIODO	N	B	\$15,00	20,98	\$35,98
21	1900873934	FLORESMERINO	DELGICAALVEANIA	CUARTOPERIODO	N	B	\$15,00	20,98	\$35,98
22	1900617653	NARVAEZGRANDA	PATRICIAALEXANDRA	CUARTOPERIODO	N	B	\$15,00	20,98	\$35,98
23	0704432061	PALADINESPALADINES	ROSAALEJANDRINA	CUARTOPERIODO	N	B	\$15,00	20,98	\$35,98
24	1150607313	ZAPATAROSARIO	DIEGOPAUL	CUARTOPERIODO	N	B	\$15,00	20,98	\$35,98
<b>TOTALADEVOLVER</b>							<b>\$105,00</b>	<b>\$146,86</b>	<b>\$251,86</b>

Total transferido:.....

Firma:.....

### Anexo 22.

Acta de devolución de estudiantes.



## ACTA DE DEVOLUCIÓN A ESTUDIANTES (CAPITAL-UTILIDADES) OCTUBRE 2022-FEBRERO 2023



Ciclo:.....

Sección y paralelo:.....

Tutor:.....

Tesorer@:.....

Fecha de entrega del informe:.....

Nr	CEDULA	APELLIDO	NOMBRE	CICLOS	SEC	P.	CAPITAL	UTILIDAD	TOTAL	FIMA	EVIDENCIA
25	1104089584	ALVAREZ ROSALES	STHEFANY CAROLINA	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
26	1401173859	CABRERA AYALA	CESARRAFEL	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		

27	1900863695	ENCALADA GOMEZ	JENIFERSTEFANIA	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
28	1150040036	GORDILLORIOFRIO	YESSENIAELIZABETH	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
29	1104432701	GUALSAQUISOLORZANO	PAULANTONIO	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
30	1104155310	JIMENEZALVAREZ	ANGIZULAY	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
31		JIMENEZCUENCA	JENNYDELCSNE	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
32	1900815851	CRIOLLOBURGUAN	MAYRASOLEDA	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
33	1900500651	GAONAGONZALEZ	DEIVYPATRICIO	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
34	1105248254	HERRERAORDOÑEZ	MAYRAJESSENIA	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
35	1105975294	LEONGUEVARA	SANDYTHALIA	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
36	705655389	MORAJARAMILLO	YASMINDELARMEN	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
37	704570936	ORTEGASAMANIEGO	LISSETHJIMENA	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
38	705809069	PACHECOPEREZ	MARIACRISTINA	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
39		RAMÓN BRAVO	CECILIAELIZABETH	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
40	1900627827	RODRIGUEZPLAZA	JAVIERALEXANDER	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
41	1104473176	TAPIAESPINOZA	RODEMICHILLE	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
42	1900888783	CACAYRAMON	JORGELUIS	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
43	1104970247	UYAGUARILOJA	MAYRAELIZABETH	QUINTOPERIODO	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98

**TOTALADEVOLVER**

**\$285,00**

**\$398,62**

**\$683,62**

**Total transferido:**.....

**Firma:**.....

TALENTO HUMANO

#SoydelSuda

**Anexo 23.***Acta de devolución de estudiantes.*

**ACTA DE DEVOLUCIÓN A ESTUDIANTES  
(CAPITAL-UTILIDADES)  
OCTUBRE 2022-FEBRERO 2023**



**Ciclo:** .....

**Sección y paralelo:** .....

**Tutor:** .....

**Tesorer@:** .....

**Fecha de entrega del informe:** .....

Nr	CEDULA	APELLIDO	NOMBRE	CICLOS	SEC	P.	CAPITAL	UTILIDAD	TOTAL	FIMA	EVIDENCIA
44	1105774291	LALANGUIPIURI	EVELINDEL CARMEN	PERIODOEXTRAORD	N	A	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
45	1900779545	MALDONADO CHAMBA	JENNYALEXANDRA	PERIODOEXTRAORD	N	A	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
46	1150049425	MAURATCHAMBA	KATHERINE DEL CISNE	PERIODOEXTRAORD	N	A	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
47	1104986094	OCHOAVELEZ	JANINA ALEJANDRA	PERIODOEXTRAORD	N	A	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
48	1105423295	TORRESPIURI	CORAIMAMISHEL	PERIODOEXTRAORD	N	A	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
49	1105683385	YUNGALIMA	MAYRALILIANA	PERIODOEXTRAORD	N	A	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
50	1104760978	ABADCELI	GABRIELAFERNANDA	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
51	704608173	CAPELOPONTON	CRISTHIANXAVIER	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
52	1900803709	CASTILLOPINTO	TATIANAARACELLY	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
53	1900890383	CRUZBERRU	JASMINELIZABETH	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
54	1900719277	FAJARDOCALI	MARIXAKATHERINE	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
55	1900648401	FERNANDEZCAJAMARCA	JOHNYJAVIER	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
56	1900648401	IÑIGUEZMACAS	FERNANDA DEL CISNE	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
57	1900393545	JAYACASTILLO	KARINALILIBETH	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
58	1900615616	LARREATEGUIMOROCHO	VICTORHUGO	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		
59		MACASSARANGO	MIGUEL RONALDO	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98		

60	1105932915	MAITA	KAROL	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
61	1900904804	REINOSOTORRES	XIMENA ALEXANDRA	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
62	1900879527	SANMARTINOCHOA	LIRIARAQUEL	PERIODOEXTRAORD	N	A	\$15,00	\$20,98	\$35,98
63		SARANGOPAREDES	ALVAROLEONEL	PERIODOEXTRAORD	N	A	\$15,00	\$20,98	\$35,98
64	1102950688	SERRANOGALINDO	DANIELENRIQUE	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
65		HURTADOQUICHIMBO	JORGEISMAEL	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
66	1900799253	VILLALTAORDOÑEZ	EVELYNNAHOMY	PERIODOEXTRAORD	N	B	\$15,00	\$20,98	\$35,98
67	1900642974	JARAMILLO	MARIO	PERIODOEXTRAORD	D	A	\$15,00	\$20,98	\$35,98

<b>TOTAL A DEVOLVER</b>							<b>\$360,00</b>	<b>\$503,52</b>	<b>\$863,52</b>
-------------------------	--	--	--	--	--	--	-----------------	-----------------	-----------------

**Total transferido:** .....

**Firma:** .....

TALENTO HUMANO

#SoydelSuda

## **Anexo 24.**

*Acta de cesión de derechos de proyecto de investigación.*



### **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de conformidad con las siguientes cláusulas:

**PRIMERA.** - Por sus propios derechos; Docentes del Equipo de Carrera de Gestión del Talento Humano, en calidad de autores del proyecto integrador de carrera; y, los estudiantes de la Carrera de Gestión del Talento Humano, en calidad de autores del proyecto integrador de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos.

**SEGUNDA.-** La Carrera de Gestión del Talento Humano, realizó la Investigación titulada “FORTALECIMIENTO DE UNIGESTH A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS DE BIENESTAR LABORAL QUE MEJORE EL DESEMPEÑO Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE UNA ORGANIZACIÓN”, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja.

**TERCERA.** - Es política del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano que los proyectos integradores de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

**CUARTA.-** Los comparecientes en calidad de autores, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos de proyecto integrador de carrera titulado “FORTALECIMIENTO DE UNIGESTH A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS DE BIENESTAR LABORAL QUE MEJORE EL DESEMPEÑO Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE UNA ORGANIZACIÓN” a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

**QUINTA.** - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de febrero del año 2023.

.....  
COORDINADORA DE CARRERA  
**C.I. 1103697692**

.....  
REPRESENTANTE ESTUDIANTIL  
DE LA CARRERA  
**C.I.1105766453**





## Anexo 25.

*Evidencias estadísticas de redes sociales en cuanto a la promoción y aceptación.*



*Nota.* Estudiantes de la carrera de Gestión de talento humano, 2023.

## Anexo 26.

### *Elaboración del producto*



*Nota.* Estudiantes de la carrera de Gestión de talento humano, 2023.

## Anexo 27.

### *Procesamiento del producto.*



*Nota.* Estudiantes de la carrera de Gestión de talento humano, 2023.

**Anexo 28.**

*Etiquetado y empaque del producto.*



*Nota.* Estudiantes de la carrera de Gestión de talento humano, 2023.

**Anexo 29.**

*Etiquetado y empaque del producto segunda etapa.*



*Nota.* Estudiantes de la carrera de Gestión de talento humano, 2023.

**Anexo 30.**

*Presentación del producto terminado para su comercialización.*



*Nota.* Estudiantes de la carrera de Gestión de talento humano, 2023.

**Anexo 31.**

*Producto Kawsu.*



*Nota.* Estudiantes de la carrera de Gestión de talento humano, 2023.



## Anexo 32.

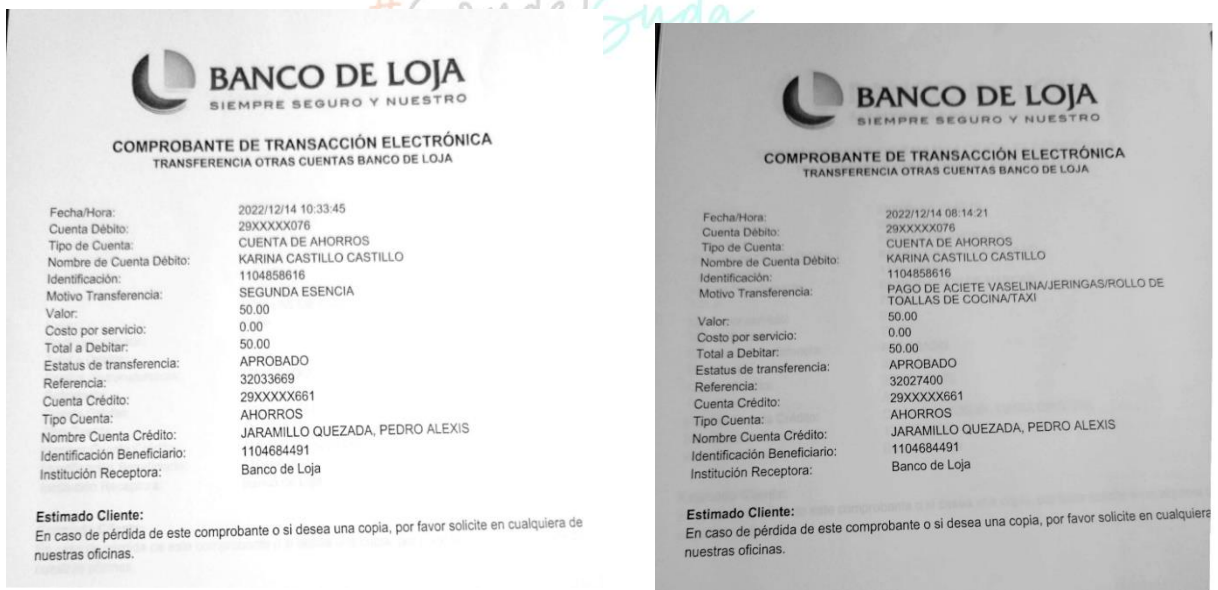
*Empaque del producto Kawsu.*



*Nota.* Estudiantes de la carrera de Gestión de talento humano, 2023.

## Anexo 33.

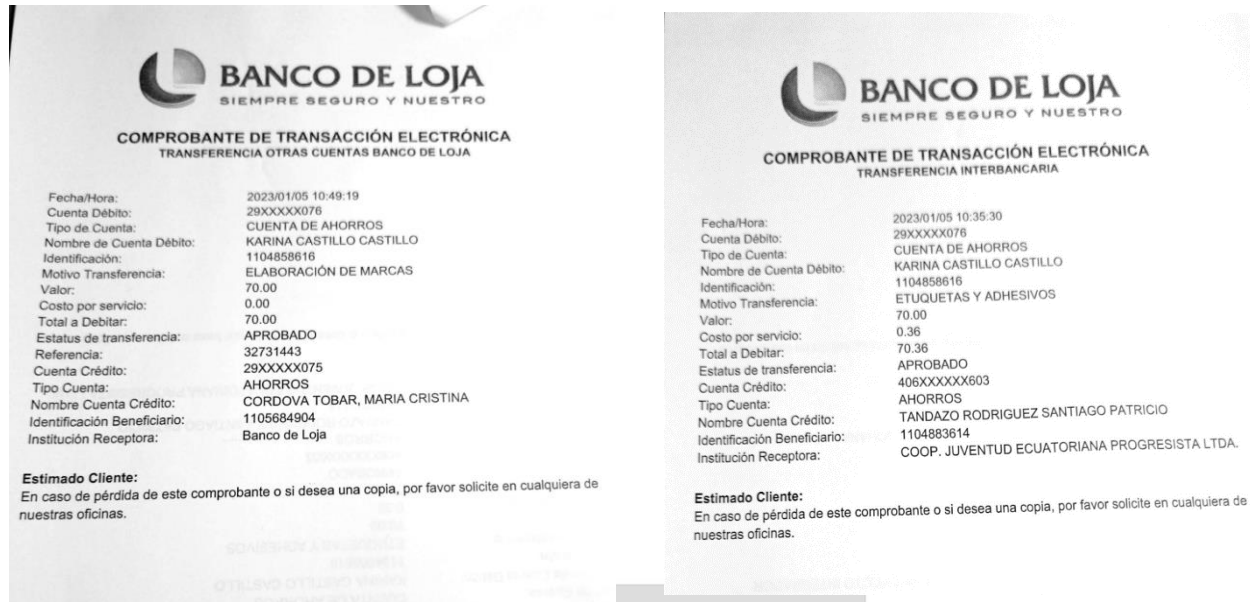
*Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 1.*



*Nota.* Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

**Anexo 34.**

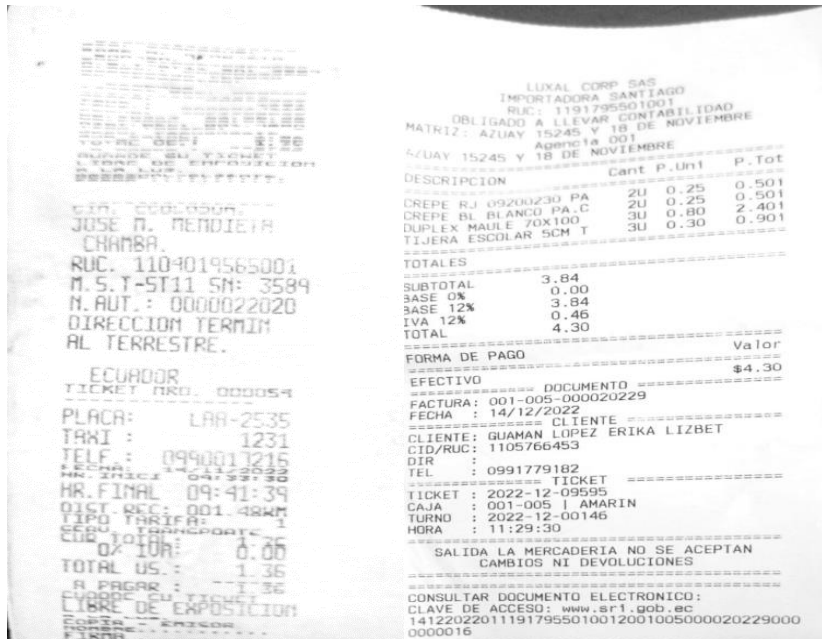
*Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 2.*



*Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.*

**Anexo 35.**

*Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 3.*



*Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.*

### Anexo 36.

Comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 5.

**BANCO DE LOJA**  
SIEMPRE SEGURO Y NUESTRO

**COMPROBANTE DE TRANSACCIÓN ELECTRÓNICA**  
TRANSFERENCIA OTRAS CUENTAS BANCO DE LOJA

Fecha/Hora: 2023/01/05 10:47:25  
Cuenta Débito: 29XXXXX076  
Tipo de Cuenta: CUENTA DE AHORROS  
Nombre de Cuenta Débito: KARINA CASTILLO CASTILLO  
Identificación: 1104858616  
Motivo Transferencia: PAGOS DE ENVASE DE PROYECTO INTEGRADOR  
Valor: 393.52  
Costo por servicio: 0.00  
Total a Debitar: 393.52  
Estatus de transferencia: APROBADO  
Referencia: 32731366  
Cuenta Crédito: 29XXXXX183  
Tipo Cuenta: AHORROS  
Nombre Cuenta Crédito: CORDOVA TOBAR, NANCY JOHANA  
Identificación Beneficiario: 1103697692  
Institución Receptora: Banco de Loja

**Estimado Cliente:**  
En caso de pérdida de este comprobante o si desea una copia, por favor solicite en cualquiera de nuestras oficinas.

Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

### Anexo 37.

Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 6.

LUXAL CORP SAS  
IMPORTADORA SANTIAGO  
RUC: 1191795501001  
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD  
MATRIZ: AZUAY 15245 Y 18 DE NOVIEMBRE  
Agencia 001  
AZUAY 15245 Y 18 DE NOVIEMBRE

DESCRIPCION	Cant	P.Uni	P.Tot
DUPLEX MAULE 70X100	3U	0.80	2.401

TOTALES

SUBTOTAL	2.14
BASE 0%	0.00
BASE 12%	2.14
IVA 12%	0.26
TOTAL	2.40

FORMA DE PAGO Valor

EFFECTIVO	\$2.50
(CAMBIO)	\$-0.10

DOCUMENTO

FACTURA: 001-005-000020334  
FECHA: 14/12/2022

CLIENTE

CLIENTE: SARMIENTO CHASE JOFFRE VICENTE  
CID/RUC: 1105040222  
DIR :  
TEL : 0982733659

TICKET

TICKET : 2022-12-10111  
CAJA : 001-005 | AMARIN  
TURNO : 2022-12-00146  
HORA : 17:08:44

SALIDA LA MERCADERIA NO SE ACEPTAN CAMBIOS NI DEVOLUCIONES

CONSULTAR DOCUMENTO ELECTRONICO:  
CLAVE DE ACCESO: www.sr1.gob.ec  
141220220111917955010012001005000020334000  
0000017

LUXAL CORP SAS  
IMPORTADORA SANTIAGO  
RUC: 1191795501001  
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD  
MATRIZ: AZUAY 15245 Y 18 DE NOVIEMBRE  
Agencia 001  
AZUAY 15245 Y 18 DE NOVIEMBRE

DESCRIPCION	Cant	P.Uni	P.Tot
CREPE BL BLANCO PA.C	3U	0.25	0.751
CREPE RJ 05200230 PA	3U	0.25	0.751

TOTALES

SUBTOTAL	1.34
BASE 0%	0.00
BASE 12%	1.34
IVA 12%	0.16
TOTAL	1.50

FORMA DE PAGO Valor

EFFECTIVO	\$2.00
(CAMBIO)	\$-0.50

DOCUMENTO

FACTURA: 001-005-000020324  
FECHA: 14/12/2022

CLIENTE

CLIENTE: SARMIENTO CHASE JOFFRE VICENTE  
CID/RUC: 1105040222  
DIR :  
TEL : 0982733659

TICKET

TICKET : 2022-12-10079  
CAJA : 001-005 | AMARIN  
TURNO : 2022-12-00146  
HORA : 16:54:44

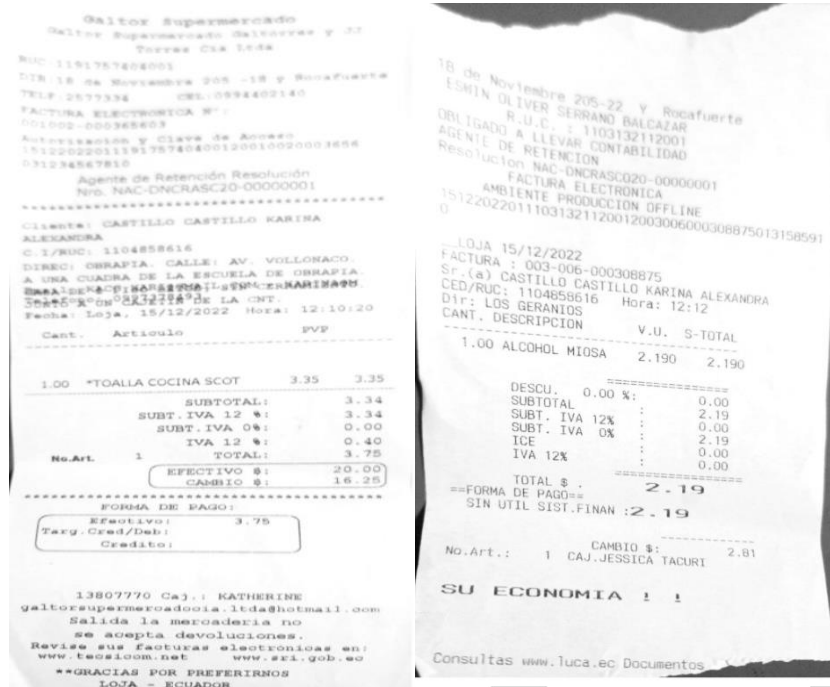
SALIDA LA MERCADERIA NO SE ACEPTAN CAMBIOS NI DEVOLUCIONES

CONSULTAR DOCUMENTO ELECTRONICO:  
CLAVE DE ACCESO: www.sr1.gob.ec  
141220220111917955010012001005000020324000  
0000012

Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

**Anexo 38.**

*Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 7.*



*Nota.* Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

**Anexo 39.**

*Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 8.*



*Nota.* Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.





**Anexo 42.**

*Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 11.*

Nº. 001 Loja, 05 de Enero del 20 23  
Por USS 0,30  
Recibí de Ing. Karina Castillo  
la cantidad de Treinta Centavos dólares,  
por concepto de Impresiones e Internet  
CYBERPOWER COMPUTERS  
RUC: 1104099179001  
José Patricio Gualán Peralta  
Cel: 0994249528 - Loja

Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

**Anexo 43.**

*Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 12.*

Nº. 003 Loja, 05 de Enero del 20 23  
Por USS 0,15  
Recibí de Ing. Karina Castillo  
la cantidad de Quince Centavos dólares,  
por concepto de Impresiones  
CYBERPOWER COMPUTERS  
RUC: 1104099179001  
José Patricio Gualán Peralta  
Cel: 0994249528 - Loja

Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

**Anexo 44.**

*Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 13.*

**Decorcake**

DECORCAKE  
MORA RODRIGUEZ DIEGO NICOLAS / RUC:  
1105963639001  
Dirección: SUJURE Y LOURDES ESQUINA  
De Sucursal  
Tel/Cell: 0997880524 /  
Clave de Acceso / Nro Autorización:  
1212202201110397879500120050020000112950000000240

Cliente: KARINA ALEXANDRA CASTILLO CASTILLO  
CI/RUC: 1104858616  
Dirección: LOS ROSALES  
Tel/Cell: / 0982921163  
Fecha/hora: 2022-12-12 / 13:02:40  
Vendedor: Diego Mora  
Tipo Pago: CONTADO  
Bodega: GENERAL  
Comprobante #: 005-002-000034295  
Comanda #:

Cent	Detalle	Unidad	Total
215.00	CAJINA 228 CAJA NAVIDERA HEXAGONAL 11X10CM	0.44	94.06
	SUBTOTAL 12 %:		94.06
	SUBTOTAL 0 %:		0.00
	SUBTOTAL :		94.06
	DESCUENTO :		0.00
	SUBTOTAL NETO :		94.06
	ICE :		0.00
	IVA :12 %		11.29
	VALOR TOTAL :		105.35

**DATOS ADICIONALES**  
Para descargar su factura electrónica ingrese a:  
<https://sofy.pymes.com/comprobantes/>  
Usuario: 1104858616  
Clave: 1104858616  
Estimado cliente verifique que sus datos estén correctos. \*\*\*\*\* Una vez salda la mercadería se aceptará cambios hasta 72 horas posteriores a la emisión del comprobante. \*\*\*\*\* Para más información visita [www.decorcake.com.ec](http://www.decorcake.com.ec)  
info@decorcake.com.ec  
Sistemas Billingsoft by PuntoPymes

VILCANATU  
ZORINA JARAMILLO DAYANA ESTEFANIA  
RUC: 1103978795001  
10 DE AGOSTO 194-17 Y 19 DE NOVIEMBRE  
Obligado a llevar contabilidad NO  
Email: vilcanatu@hotmail.com  
Tel: 0999453376

Factura Nro: 001002-000000240  
Nro Autorización / Clave de Acceso  
121220220111039787950012001002000000240  
1234567811  
CONTRIBUYENTE REGIMEN RIMPE

Ref.: 240  
Fecha: 12/12/2022 18:59:31  
Clientes: CASTILLO CASTILLO KARINA ALEXANDRA  
RUC: 1104858616 Tlf: 098292116  
Dirección: LOS GERANIOS  
Email: kacc.kary@gmail.com

Cent.	Det.	PUP	Total
1	A VASELINA X 120	1.75	1.75
1	A ROMERO Y ORTIG	3.90	3.90

Subtotal: 4.96  
Descuentos: 0.00  
IVA 12 %: 0.59  
ICE: 0.00  
TOTAL FACTURA: 5.55

CONTADO Efectivo 5.55  
SEN UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO

DESCARGUE SU COMPROBANTE EN [www.CIFA.ec](http://www.CIFA.ec)  
USUARIO: 1104858616 CLAVE: 1104858616

Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

**Anexo 45.**

*Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 14.*

FARMACIAS CUXIBAMBA FARMACIUX CIA. LTDA.  
SUCURSAL EL VALLE  
RUC: 1191751422001  
DIREC.: AV NUEVA LOJA Y GUAYAQUIL  
Tel.: 72725091

CONTRIBUYENTE ESPECIAL NAC-DGERCG1300236  
Farmacia.cuxibamba@gmail.com  
FACTURA ELECT Nro: 027100-000063144  
CLAVE DE ACCESO Y AUTORIZACION:  
1412202201110286531401202710000083144123456781

1 Andiente: PRODUCCION  
CLIENTE: JARAMILLO QUEZADA PEDRO ALEXIS  
DIREC.: LA FRADERA, CATAMAYO Y ROMERILLOS  
RUC/CI: 1104684491 TELF: 2103689  
CORREO: ALEXISJ0925@GMAIL.COM  
FECHA: LOJA, 2022-12-14 09:05:29

Descripcion	Cant	P.U.	TOTAL
JERINGUILLA 20 ML VA	8	0.27	1.93

VALOR BRUTO \$: 1.93  
DESCUENTOS \$: 0.00  
SUBTOTAL \$: 1.93  
SUBT 12% \$: 0.00  
SUBT 0% \$: 0.00  
RECIBIDO \$ 2.25  
CAMBIO \$ 0.09 IVA 12% \$: 0.23  
Forma Pago: EFECTIVO TOTAL \$: 2.16

INSTITUCION:  
SON: DOS con 16/100 DOLARES  
USUARIO: J0925 2022-12-14 09:07:54  
Busque su doc: [www.farmaciacuxibamba.com](http://www.farmaciacuxibamba.com)  
Usua:1104684491 Contr:1104684491

\*\* Sistema VisuaPlus \*\*  
\*FARMACIA CUXIBAMBA PREMIA TU FIDELIDAD\*  
Por cada \$10.00 de compra hasta acreedor a 1 boleto para el sorteo de:  
- 1 Vehículo caso KM 2022.  
Fecha del sorteo Viernes 16 de Diciembre 2022

\* ORIGINAL -  
JIMENEZ  
PARDO  
JAVIER EUSEBIO  
RUC  
1103458608001  
COLA JULIO ORDO  
ARISTOTELES  
SN  
TEL: 968018978  
TAKSYM M08  
SERIAL: TQ-2454  
LOJA  
No. 90149

Aut. SRI. No.  
1129791105  
Vellido: 13/ABR/23  
Place: LBB-9452  
Taxi: 5306  
Fecha: 14/DIC/22  
ECU: 911  
Hr. Inic: 09:19:02  
Hr. Final: 09:19:02  
Dist. Rec: 2.280m

Tipo Tarifa: 1  
TIEMPO SEG: 99  
BANDERAZO: -40  
Ur. INC. DIST: -75  
Ur. INC. TIEM: 11  
Subtotal: 1.26  
Iva 0%: :  
PAGA: 1.26

CONTRIBUYENTE REGIMEN RIMPE  
ALIVINATU  
NIPRES TRIPAL JARA CORDOVA / RUC: 1103827180801  
Dirección: BELLOMAR 49-84 MEDIO ROSARIO Y ROSAFUERTE  
De Sucursal  
Tel Cell: 0725/3371 / 0993864362  
Clave de Acceso / Nro Autorización:  
1212202201110382718080120050020000240

Cliente: JHANA CORDOVA TOBAR  
CI/RUC: 1103827180801  
Dirección: LOS GERANIOS  
Place: / 0991843433  
Fecha/hora: 2022-12-13 / 11:06:58  
Vendedor: JHANA JARA  
Tipo Pago: CONTADO  
Bodega: GENERAL  
Comprobante #: 001-002-000000007

Cent	Detalle	Unidad	Total
1.00	1.00 Fines varios (Kawasu)	13.30	53.21
4.00	Finca varios	2.95	31.79

Subtotal 12 %: 65.00  
Subtotal 0%: 0.00  
Subtotal: 65.00  
DESCUENTO: 0.00  
SUBTOTAL NETO: 65.00  
ICE: 0.00  
IVA 12 %: 8.10  
VALOR TOTAL: 73.10

**DATOS ADICIONALES**  
Para descargar su factura electrónica ingrese a:  
<https://sofy.pymes.com/comprobantes/>  
Usuario: 1103827180801  
Clave: 1103827180801  
Sistemas Billingsoft by PuntoPymes

Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

**Anexo 46.**

Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 15.

**COMERCIAL ESPINOSA**  
Luis Javier Espinosa Cali  
VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS PARA EL HOGAR, CORTINAS, VIDRIOS, MUEBLES, FERRAJES Y DIVERSOS ARTÍCULOS DOMÉSTICOS  
Dirección: Guayaquil 12-16 y Santo Domingo  
099 475 7920 • fespino@comercial.es • Loja - Ecuador  
R.U.C. 1104407034001

NOTA DE VENTA 001-001-000000150  
Autorización SRI: 1130367090

Fecha: 14/12/2022  
Cliente: Pedro Alexis Jaramila Baeza  
Dirección: La Pradera  
R.U.C.: 1104684491

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	VALOR DE VENTA
2	litros plásticos 4 lts	2.50	5.00

VALOR TOTAL \$ 5.00  
INCLUIVA IVA

**CASA VERDE tienda esotérica**  
VALDEZ PARDO NIEVES MARIA DEL ROCIO  
VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS NATURALES  
VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS Y ARTÍCULOS DE USO DOMESTICO  
VENTA AL POR MENOR DE ACCESORIOS DE VESTIR  
VENTA AL POR MENOR DE COMPLEMENTOS DE TRAVESAJES DE CONFORT  
INCLUYE ACTIVIDADES DE CALIDAD DE SUAVES AL POR MENOR  
Dir.: Central - Miguel Riofrío 13-65 y Bolívar • Telf.: 258 9957  
• Documento Categorizado: NO • LOJA - ECUADOR  
R.U.C.: 1102238882001 Aut. N° S.R.I. 1129402412

FACTURA 001 - 001 - 000 N° 007980  
Señor: Pedro Alexis Jaramila Baeza  
Dirección: LA PRADERA  
R.U.C.C.: 1104684491

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	VALOR DE VENTA
3	Semillas	2.00	6.00

IMPRESA Y ENCADERNACIÓN MÉRIZ "Fáb. Amador Méndez Flores" S.R.L.  
270334 R.U.C.: 19198072001 Tel.: 7404 Fecha de Autorización: 26/Enero/2022  
24 020007001 48 0200000000 Toda la cantidad de copias: 24/Enero/2023  
ORIGINAL: ADQUIRENTE/COPIA: EMISOR  
CONTRIBUYENTE REGIMEN RIMPE  
Contribuyente Negocio Popular Régimen: RIMPE

VALOR TOTAL US \$ 6.00

Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

**Anexo 47.**

Facturas y/o comprobantes de Gastos realizados en la elaboración del producto KAWSU # 16.

**CA Comercializadora Astrofarm**

LEGARDA ORDÓÑEZ FANNY REBECA  
Dirección Matriz: CALLE CHILE 20-29 Y CUBA  
Teléfono 1: 0997465772 Teléfono 2: 0997465560  
Correo: fannyrebecalegarda@hotmail.com  
Obligado a Llevar Contabilidad: NO  
Contribuyente Régimen RIMPE

RUC: 1100138070001  
FACTURA N.: 001-001-000000006  
FECHA AUTORIZACIÓN: 14/12/2022 09:01:52  
AMBIENTE: PRODUCCION  
EMISIÓN: NORMAL  
NUMERO DE AUTORIZACION: 141220220110013807000120019010000000061234567815  
CLAVE DE ACCESO: 141220220110013807000120019010000000061234567815

Nombre: JARAMILLO QUEZADA PEDRO ALEXIS  
Dirección: CATAMAYO 11-22 y ROMERILLOS  
RUC: 1104684491 Fecha Emisión: 14/12/2022 Vence: 14/12/2022 Teléfono: --

Código	Descripción	Med.	Cantidad	Precio Unitario	Desc.	Total
PT229	ACEITE DE VASELINA 1000 ML	Unidad	6,00	5,85000	0,00	35,10
Subtotal:						35,10
Descuento:						0,00
Subtotal Neto:						35,10
Subtotal Con Impuestos:						35,10
Subtotal Impuestos 0%:						0,00
Subtotal No Objeto IVA:						0,00
Subtotal Exento IVA:						0,00
ICE:						0,00
IVA 12%:						4,21
Propina:						0,00
VALOR TOTAL:						39,31

Forma Pago SRI Sin Utilización Del Sistema Financiero 39,31

INFORMACIÓN ADICIONAL  
vendedor: ALMACÉN  
correo: alexisjq25@gmail.com  
ciudad: LOJA

NOTA: De acuerdo a disposición del SRI según el Art. 39 del Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención, se nos emitirá la retención hasta 5 días después de la emisión de la factura, caso contrario se procederá al cobro total. EXJA siempre el COMPROBANTE DE PAGO en todas sus CANCELACIONES, como ÚNICO RESPALDO de la misma. UNA VEZ SALIDA LA MERCADERÍA NO SE ACEPTAN CAMBIOS NI DEVOLUCIONES.

Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.





## Anexo 50.

*Comprobantes de depósito de cancelación de capital y utilidades #1.*



### COMPROBANTE DE TRANSACCIÓN ELECTRÓNICA TRANSFERENCIA OTRAS CUENTAS BANCO DE LOJA

Fecha/Hora: 2023/01/31 01:52:42  
Cuenta Débito: 29XXXXX076  
Tipo de Cuenta: CUENTA DE AHORROS  
Nombre de Cuenta Débito: KARINA CASTILLO CASTILLO  
Identificación: 1104858616  
Motivo Transferencia: CAPITAL + UTILIDADES 4TO DIURNO A  
Valor: 194.90  
Costo por servicio: 0.00  
Total a Debitar: 194.90  
Estatus de transferencia: APROBADO  
Referencia: 33416823  
Cuenta Crédito: 29XXXXX422  
Tipo Cuenta: AHORROS  
Nombre Cuenta Crédito: QUEVEDO JUMBO, JACKSON MICHAEL  
Identificación Beneficiario: 1104288418  
Institución Receptora: Banco de Loja

#### Estimado Cliente:

En caso de pérdida de este comprobante o si desea una copia, por favor solicite en cualquiera de nuestras oficinas.

*Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.*

## Anexo 51.

*Comprobantes de depósito de cancelación de capital y utilidades #2.*



### COMPROBANTE DE TRANSACCIÓN ELECTRÓNICA TRANSFERENCIA OTRAS CUENTAS BANCO DE LOJA

Fecha/Hora: 2023/01/31 02:05:28  
Cuenta Débito: 29XXXXX076  
Tipo de Cuenta: CUENTA DE AHORROS  
Nombre de Cuenta Débito: KARINA CASTILLO CASTILLO  
Identificación: 1104858616  
Motivo Transferencia: CAPITAL + UTILIDAD 4TO NOCT. B  
Valor: 251.86  
Costo por servicio: 0.00  
Total a Debitar: 251.86  
Estatus de transferencia: APROBADO  
Referencia: 33416829  
Cuenta Crédito: 29XXXXX422  
Tipo Cuenta: AHORROS  
Nombre Cuenta Crédito: QUEVEDO JUMBO, JACKSON MICHAEL  
Identificación Beneficiario: 1104288418  
Institución Receptora: Banco de Loja

#### Estimado Cliente:

En caso de pérdida de este comprobante o si desea una copia, por favor solicite en cualquiera de nuestras oficinas.

*Nota. Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.*

## Anexo 52.

*Comprobantes de depósito de cancelación de capital y utilidades #3.*



### COMPROBANTE DE TRANSACCIÓN ELECTRÓNICA TRANSFERENCIA OTRAS CUENTAS BANCO DE LOJA

Fecha/Hora: 2023/01/31 02:05:28  
Cuenta Débito: 29XXXXX076  
Tipo de Cuenta: CUENTA DE AHORROS  
Nombre de Cuenta Débito: KARINA CASTILLO CASTILLO  
Identificación: 1104858616  
Motivo Transferencia: CAPITAL + UTILIDAD 4TO NOCT. B  
Valor: 251.86  
Costo por servicio: 0.00  
Total a Debitar: 251.86  
Estatus de transferencia: APROBADO  
Referencia: 33416829  
Cuenta Crédito: 29XXXXX422  
Tipo Cuenta: AHORROS  
Nombre Cuenta Crédito: QUEVEDO JUMBO, JACKSON MICHAEL  
Identificación Beneficiario: 1104288418  
Institución Receptora: Banco de Loja

**Estimado Cliente:**

En caso de pérdida de este comprobante o si desea una copia, por favor solicite en cualquiera de nuestras oficinas.

*Nota.* Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

## Anexo 53.

*Comprobantes de depósito de cancelación de capital y utilidades #4.*



### COMPROBANTE DE TRANSACCIÓN ELECTRÓNICA TRANSFERENCIA OTRAS CUENTAS BANCO DE LOJA

Fecha/Hora: 2023/01/31 01:48:16  
Cuenta Débito: 29XXXXX076  
Tipo de Cuenta: CUENTA DE AHORROS  
Nombre de Cuenta Débito: KARINA CASTILLO CASTILLO  
Identificación: 1104858616  
Motivo Transferencia: CAPITAL + DEVOLUCIÓN 3RO DIURNO  
Valor: 395.78  
Costo por servicio: 0.00  
Total a Debitar: 395.78  
Estatus de transferencia: APROBADO  
Referencia: 33416819  
Cuenta Crédito: 29XXXXX721  
Tipo Cuenta: AHORROS  
Nombre Cuenta Crédito: SARMIENTO CHASE, JOFFRE VICENTE  
Identificación Beneficiario: 1105040222  
Institución Receptora: Banco de Loja

**Estimado Cliente:**

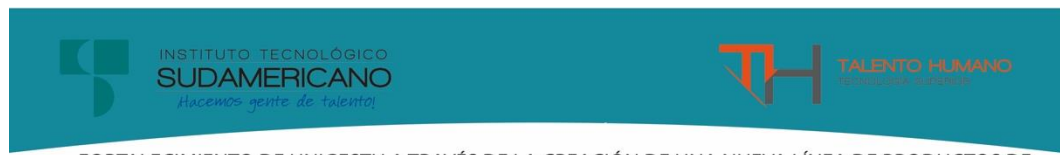
En caso de pérdida de este comprobante o si desea una copia, por favor solicite en cualquiera de nuestras oficinas.

*Activo*

*Nota.* Docente responsable de la contabilidad del proyecto, 2023.

## Anexo 54.

### Póster científico



#### FORTALECIMIENTO DE UNIGESTH A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UNA NUEVA LÍNEA DE PRODUCTOS DE BIENESTAR LABORAL QUE MEJORE EL DESEMPEÑO Y LA PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES DE UNA ORGANIZACIÓN.

Bravo Jiménez, A.J.; Castillo Castillo, K.A.; Córdova Tobar, N.J.; Jaramillo Quezada, P.A.; Quevedo Jumbo, J.M.; Sarmiento

### 01 INTRODUCCIÓN

El presente proyecto integrador es una respuesta para el colaborador que es sometido a extensas jornadas laborales, saturación de trabajo y estrés. Por ello, ante la problemática se presenta una opción innovadora en base a la AROMATERAPIA una nueva alternativa de salud emocional denominado KAWSU (El aroma de tu bienestar) que tiene como propósito proporcionar experiencias de esencias relajantes que contribuyan a mejorar la productividad, la eficacia y la eficiencia personal.

### 03 OBJETIVOS

Demostrar que los estudiantes del ISTS están en condiciones de producir bienes y servicios innovadores y de calidad a partir de la formación humana y académica obtenida en el currículo oficial, esto con el fin de comercializar los mismos para dar solución a los problemas laborales de su profesión.

- Determinar el nicho de mercado para KAWSU #Equilibrio.Laboral a través de un estudio de mercado.
- Capacitar a los estudiantes involucrados a través de talleres de bienestar emocional para promover el uso de aceites esenciales.
- Proponer una nueva alternativa de salud emocional en entornos laborales a través de la aromaterapia como técnica natural.
- Diseñar un kit de aromaterapia laboral conformado de aceites esenciales con beneficios físicos, mentales y emocionales.
- Elaborar un plan de comercialización digital a través de plataformas digitales gratuitas que contribuyan a posicionar a KAWSU #Equilibrio.Laboral.

### 05 PROPUESTAS DE ACCIÓN



### 02 ANTECEDENTES

La TS. en Gestión del Talento Humano dedicada a impulsar el emprendimientos en base a la comercialización de productos y servicios y relacionados a bienestar emocional se ofrece a la sociedad diferentes productos de calidad donde el cliente se sienta satisfecho y siga confiando en nosotros, además, se presenta al mercado un nuevo producto denominado KAWSU (El aroma de tu bienestar), a través de esencias naturales de canela, vainilla, lavanda y mandarina, con un sin número de beneficios como un efecto calmante, facilita la relajación y la paz mental; convirtiéndose en un PRODUCTO INNOVADOR, excepcional para aplicarse en cualquier hora del día y con efectos inmediatos.

### 04 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN



### 06 RESULTADOS DE SATISFACCIÓN

¿Considera usted que el producto KAWSU como nueva alternativa de aromaterapia contribuye a mejorar el rendimiento laboral de las personas?



### 07 CONCLUSIONES

- 1 Mediante el estudio de mercado se determinó que el producto KAWSU tendrá una aceptación y cumplió con el propósito del proyecto.
- 2 Se estructuró un Kit de aromaterapia para mejorar el bienestar y productividad de los trabajadores en su entorno laboral.
- 3 Se logró posicionar a KAWSU como una alternativa natural de bienestar emocional en los entornos laborales.
- 4 Los resultados del producto KAWSU se cumplieron acorde a las proyecciones previstas de rentabilidad y satisfacción.